

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LITERASI  
KEUANGAN TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH**  
(studi pada KSPPS Baitul Tanwil Muhamadiyah (BTM) Amanah Bina Insan  
Bangunrejo Lampung Tengah)



**Skripsi**  
Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E)

**Oleh**

**Agus Susilo**  
**NPM 1351020038**  
**Jurusan : Perbankan Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**  
**LAMPUNG**  
**1440 H / 2018 M**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LITERASI  
KEUANGAN DALAM MININGKATKAN JUMLAH NASABAH**  
(studi pada KSPPS BTM Amanah Bina Insan Bangunrejo Lampung Tengah)

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1437 H / 2018 M**

**ABSTRAK**  
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LITERASI**  
**KEUANGAN DALAM MININGKATKAN JUMLAH NASABAH**  
**(studi pada KSPPS BTM Amanah Bina Insan Bangunrejo Lampung Tengah)**

**Oleh**

**Agus Susilo**

Perkembangan dan kemajuan lembaga keuangan syariah saat ini sangatlah signifikan dengan munculnya berbagai lembaga keuangan di Indonesia, karena banyak masyarakat yang menggunakan lembaga keuangan syariah. Hal ini dapat berjalan dengan adanya partisipasi dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Untuk memenangkan persaingan dalam minat nasabah maka lembaga keuangan harus mampu meliterasi masyarakat dan memberikan kualitas pelayanan sebaik mungkin guna menjaga dan meningkatkan minat paranasabah.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, kemudian teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi yang dimana sampelnya adalah

karyawan, serta nasabah BTM Amanah Bina Insan Bangunrejo Lampung Tengah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Berdasarkan koefisien regresi kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat menjadi nasabah BTM Amanah Bina Insan. Berdasarkan hipotesis yang diajukan yaitu  $H_a$  kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menjadi nasabah BTM sama dengan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan  $H_a$  diterima. (2) Berdasarkan koefisien regresi literasi keuangan secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat menjadi nasabah BTM Amanah Bina Insan. Berdasarkan hipotesis yang diajukan yaitu  $H_a$  literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat menjadi nasabah BTM Amanah Bina Insan samadengan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan  $H_a$  diterima.

Kata Kunci :Pengaruh, kualitas Pelayanan, Literasi Keuangan, Minat menjadi Nasabah



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat: Jalan Let. Kol. H. Endro suratmin Sukarama 1 Bandar Lampung (0721) 703260*

**PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH (Studi Pada BTM Amanah Bina Insan Bangunrejo Lampung Tengah)**  
Nama : **Agus Susilo**  
NPM : **1351020038**  
Jurusan : **Perbankan Syariah**  
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

**MENYETUJUI**

Untuk di Munaqasahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasah Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

**Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt**  
**NIP.197009262008011008**

Pembimbing II

**Femei Purnamasari, S.E., M.si**  
**NIP. 198405212015032004**

**Ketua Jurusan**  
**Perbankan Syariah**

**Ahmad Habibi, S.E., M.E**  
**NIP.197905142003121003**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Alamat: Jalan Let. Kol. H. Endro suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung (0721) 703260*

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH (Studi Pada BTM Amanah Bina Insan Bangunrejo Lampung Tengah)**,  
disusun oleh : **AGUS SUSILO**, NPM :1351020038, Jurusan:  
**PERBANKAN SYARIAH** Fakultas: **EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**,  
telah dimunaqasahkan pada hari/tanggal: Kamis / 01 Maret 2018

**TIM MUNAQSAH**

Ketua : **Ahmad Habibi, S.E., M.E**

()

Sekretaris : **Dimas Pratomo, M.S.I**

()

Penguji I : **Any Eliza, M.Ak**


()

Penguji II : **Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt**

()



Mengetahui,  
Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
**Dr. Moh. Bahrudin., M.A.**  
**NIP. 1975808241989031003**

## MOTTO

وَأَبْغِ فِي مِمَّا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۚ  
وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي  
أَلْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ أَلْمُفْسِدِينَ ٧٧

Artinya :

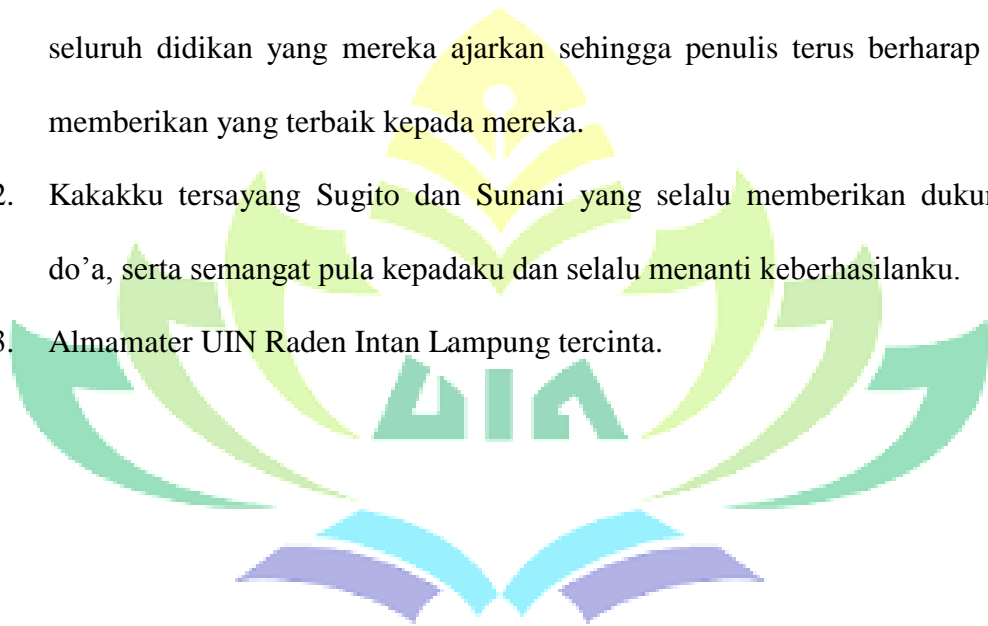
*“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagiamu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan” (QS. Al-Qasas ayat 77)*



## PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT dan dari hati yang terdalam, penulisan skripsi ini penulis persembahkan kepada:

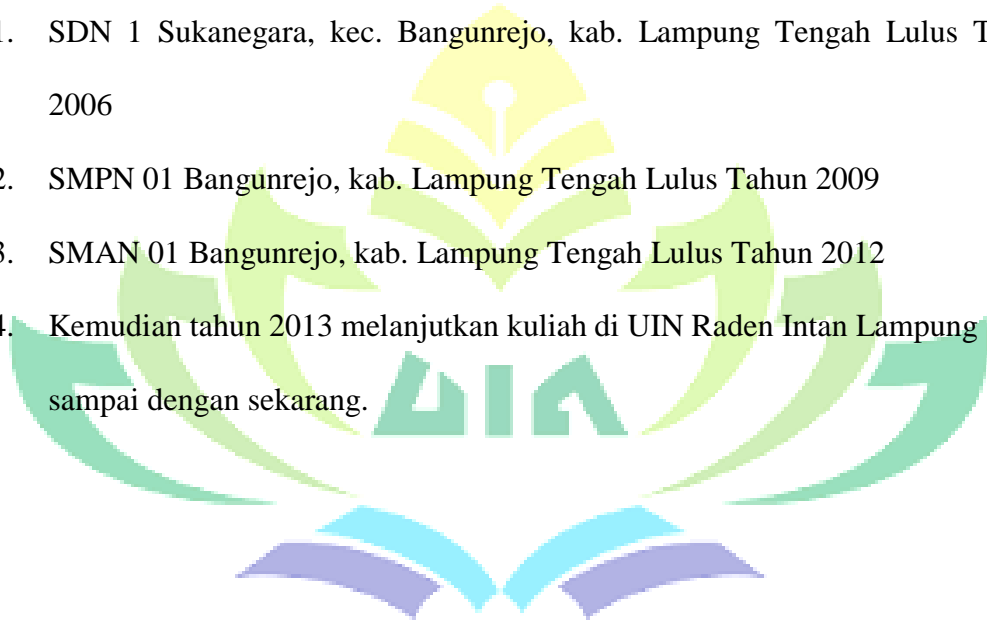
1. Kepada kedua orang tuaku, Bapak Sunarto dan Ibu Turinah tercinta yang senantiasa selalu memberikan do'a, semangat, motivasi, dukungan moril dan seluruh didikan yang mereka ajarkan sehingga penulis terus berharap akan memberikan yang terbaik kepada mereka.
2. Kakakku tersayang Sugito dan Sunani yang selalu memberikan dukungan, do'a, serta semangat pula kepadaku dan selalu menanti keberhasilanku.
3. Almamater UIN Raden Intan Lampung tercinta.



## **RIWAYAT HIDUP**

Agus Susilo lahir di desa Sukanegara Kec.Bangunrejo, Kab.Lampung Tengah Lampung. Pada tanggal 03 Agustus 1994 yang merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara yang merupakan anak dari pasangan Bapak Sunarto dan Ibu Turinah. Adapun pendidikan yang di jalani oleh penyusun:

1. SDN 1 Sukanegara, kec. Bangunrejo, kab. Lampung Tengah Lulus Tahun 2006
2. SMPN 01 Bangunrejo, kab. Lampung Tengah Lulus Tahun 2009
3. SMAN 01 Bangunrejo, kab. Lampung Tengah Lulus Tahun 2012
4. Kemudian tahun 2013 melanjutkan kuliah di UIN Raden Intan Lampung sampai dengan sekarang.





## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya berupa ilmu pengetahuan, petunjuk dan kesehatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Analisis Pelatihan Dan Promosi Jabatan Terhadap Peningkatan Kinerja Kayawan Bank Dalam Pandangan Ekonomi Islam” Ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan juga keluarga, sahabat, serta para pengikut setia beliau.

Skripsi ini ditulis merupakan bagian dan persyaratan untuk menyelesaikan studi pendidikan program Strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah.

Atas terselesainya skripsi ini tak lupa penulis mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya. Secara rinci penulis ungkapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof.Dr. Moh. Mukri, M.Ag selaku Rektor UIN Raden Intan Lampung
2. Dr. Moh. Bahrudin, M.A.. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta jajaranya.
3. Bapak Ahmad Habibi., S.E., M.E. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
4. Bapak Dr. Tulus Suryanto, SE., MM. Akt selaku pembimbing I dan Ibu Femei Purnamasari, S.E., M.Si selaku pembimbing II dan pembimbing akademik yang dengan tulus telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat selesai.
5. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

6. Sahabat-sahabat tercinta yang selalu menemaniku dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi dan aktivitas perkuliahan kawan-kawan PS (D) yang tidak di sebutkan satu persatu.
7. Dan semua pihak yang telah memberikan masukan-masukan dan bantuan guna penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengalaman. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang berkepentingan.

Akhir kata, penulis sekali lagi mengucapkan ribuan terimakasih kepada seluruh rekan-rekan yang telah memberikan bantuan, semoga jasa mereka mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT, Amin.

Bandar Lampung, September 2018

Penulis  
Agus Susilo

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN .....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul.....	3
C. Latar Belakang Masalah .....	4
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian .....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pelayanan .....	11
B. Literasi Keuangan .....	19
C. Minat .....	29
D. Nasabah .....	32
E. Penelitian Terdahulu .....	33
F. Kerangka Pemikiran .....	38

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	41
B. Sumber Data .....	41
C. Metode Pengumpulan Data.....	42
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	44
E. Definisi Oprasional .....	45
F. Teknik Pengolahan Data .....	52
G. Teknik Analisis Data .....	52

#### BAB IV ANALISA DATA

A. Gambaran Umum BTM.....	61
1. Sejarah Singkat BMT.....	61
2. Visi, Misi dan tujuan.....	62
3. Produk-produk BMT.....	63
4. Struktur Organisasi Pengurus BMT.....	66
5. Karakteristik Responden.....	66
B. Deskripsi Data Penelitian.....	70
C. Pembahasan .....	105

#### BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	109
B. Saran .....	110

#### DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 :	Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3.1 :	Defenisi Operasional Variabel .....	46
Tabel 4.1 :	Berdasarkan Jenis Kelamin .....	67
Tabel 4.2 :	Karakteristik Responden Berdasarkan umur nasabah .....	68
Tabel 4.3 :	Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan nasabah.....	69
Tabel 4.4 :	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Kegiatan Administrasi Pembiayaan Jelas dan Cepat .....	70
Tabel 4.5 :	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Karyawan Membantu Permasalahan Nasabah Dalam Bertransaksi.....	71
Tabel 4.6 :	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Karyawan Memberikan Tanggapan yang Baik dan Cepat Terhadap Pertanyaan/ Masalah Nasabah.....	72
Tabel 4.7 :	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Karyawan memiliki sifat jujur, sopan, ramah, dan bisa dipercaya.....	73
Tabel 4.8 :	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan karyawan mempunyai pemahaman, pengetahuan yang luas dan cakap dalam menjalankannya produk yang ada di produk BTM. ....	74
Tabel 4.9 :	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Karyawan Bersifat empatik Terhadap Permasalahan Yang Dihadapi Nasabah.....	75

Tabel 4.10:	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan BTM Memiliki Ruang Pelayanan dan Ruang Tunggu Yang Nyaman .....	76
Tabel 4.11:	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Lokasi BTM Berada Ditempat yang Strategis dan Mudah Dijangkau .....	77
Tabel 4.12:	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Karyawan Berpenampilan Rapi, Sopan dan Santun .....	78
Tabel 4.13:	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Karyawan Bersikap Adil dalam Melayani Semua Nasabah .....	79
Tabel 4.14:	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya paham akan pengetahuan keuangan.....	80
Tabel 4.15:	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya mengeluarkan uang sesuai dengan kebutuhan.....	81
Tabel 4.16:	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya selalu menyisihkan uang untuk di tabung dan investasi memilih produk BTM karena lebih baik dari yang lain. ....	82
Tabel 4.17:	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya selalu mendahulukan kebutuhan dibandingkan keinginan.....	83
Tabel 4.18:	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan saya merancang dan mengelola keuangan dengan baik .....	83
Tabel 4.19:	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya merancang keuangan untuk masa depan. ....	84
Tabel 4.20:	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya sadar keuangan perlu direncanakan dengan baik .....	85
Tabel 4.21:	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Karyawan memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan nasabah yang bertransaksi.....	86
Tabel 4.22:	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Sarana BTM yang lengkap serta menarik minat para nasabah .....	87

Tabel 4.23:	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya tertarik menjadi nasabah di BTM karna promosi yang dilakukan .....	88
Table4.24:	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya berminat memilih produk BTM karena saya membutuhkannya.....	89
Tabel 4.25 :	Uji Validitas Variabel $X_1$ .....	90
Tabel 4.26 :	Uji Validitas Variabel $X_2$ .....	91
Tabel 4.27 :	Uji Validitas Variabel Y .....	92
Tabel 4.28 :	Hasil Uji Reliabilitas .....	93
Tabel 4.29 :	Hasil Uji Normalitas(Uji <i>Kolmogrov-Smirnov</i> ) .....	94
Tabel 4.30 :	Hasil Uji Multikolinieritas(Uji <i>Tolerance</i> dan VIF) .....	95
Tabel 4.31 :	Hasil Uji Heterokedastisitas(Uji <i>Glejser</i> ).....	96
Tabel 4.32 :	Hasil Uji Autokorelasi .....	97
Tabel 4.33 :	Hasil Uji Regresi Berganda coefficients <sub>a</sub> .....	99
Tabel 4.34 :	Hasil Uji F ANOVA .....	101
Tabel 4.35 :	Kualitas Pelayanan Terhadap Pertumbuhan Nasabah Pada BTM Amanah Bina Insan Lampung Tengah.....	102
Tabel4.36 :	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pertumbuhan Nasabah Pada BTM Amanah Bina Insan Lampung Tengah .....	103
Tabel 4.37 :	Hasil Uji DeterminasiModel Summary .....	104

## DAFTAR GAMBAR

Gambar2.1:	Kerangka Berfikir.....	39
Gambar4.1:	Struktur Organisasi Pengurus BTM .....	66



## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Penegasan Judul**

Penjelasan judul diperlukan dalam upaya memberikan batasan-batasan yang jelas dan pasti, dengan meletakkan masing-masing kata sesuai dengan maknanya. Dari sini kemudian akan ditarik satu pengertian sesuai dengan penulis maksudkan, sehingga dengan penjelasan ini dapat dihindari kesalahpahaman dalam memahami penelitian ini. Dengan penegasan tersebut diharapkan tidak akan terjadi kekeliruan terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan, disamping itu langkah ini merupakan proses penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas. Adapun skripsi ini berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan literasi keuangan terhadap pertumbuhan BTM.

Untuk itu perlu diuraikan pengertian dari istilah-istilah judul tersebut sebagai berikut :

1. Pengaruh adalah daya yang ada dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk kepercayaan, watak atau perbuatan seorang.<sup>1</sup>
2. Kualitas pelayanan adalah memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan

---

<sup>1</sup>Pusat pembinaan dan pengembangan bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia. Edisi kedua.* (Jakarta: 1995), hlm. 27

pelanggan.<sup>2</sup> Kualitas pelayanan juga merupakan totalitas pelayanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang berpusat pada konsumen dan kualitas yang diberikan perusahaan mampu memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan.<sup>3</sup>

3. Literasi keuangan adalah pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*), dan keterampilan (*skill*), yang mempengaruhi sikap (*attitude*) dan perilaku (*behaviour*) untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.<sup>4</sup>
4. Peningkatan adalah Proses, cara, atau perbuatan meningkatkan usaha, kegiatan, dan sebagainya.<sup>5</sup>
5. Jumlah adalah (bilangan, barang dan sebagainya) banyaknya sesuatu yang dikumpulkan menjadi satu.<sup>6</sup>
6. Nasabah adalah nasabah adalah orang yang bisa berhubungan dengan atau menjadi langganan bank, setiap individu atau perseorangan yang menjadi pelanggan setia suatu perusahaan atau bank.<sup>7</sup>

---

<sup>2</sup> Sembiring, Inka Janita, Dkk. *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah* Vol. 15 No. oktober 2014

<sup>3</sup> Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 jilid 1*, Erlangga; 2008, hlm. 143

<sup>4</sup> [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

<sup>5</sup> Peter Salim, yenny Salim, *Op. Cit*, h. 1621

<sup>6</sup> *Ibid*, h. 629

<sup>7</sup> Ridwansyah, *Mengenal Istilah-istilah Dalam Perbankan Syariah*, Aura Anugrah Utama Rahaja, Bandar Lampung, 2012, h. 38

Dari penjelasan istilah di atas, maka yang dimaksud dari skripsi ini adalah memberikan gambaran serta mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan literasi keuangan terhadap peningkatan jumlah nasabah BTM.

## **B. Alasan Memilih Judul**

Adapun yang menjadi alasan penulis memilih dan menetapkan judul ini adalah sebagai berikut:

### **1. Secara Objektif**

Perkembangan dan kemajuan lembaga keuangan syariah saat ini sangatlah signifikan dengan munculnya berbagai lembaga keuangan di Indonesia, karena banyak masyarakat yang menggunakan lembaga keuangan syariah. Hal ini dapat berjalan dengan adanya partisipasi dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah. Untuk memenangkan persaingan dalam menjaga loyalitas nasabah dan meningkatkan jumlah nasabah maka lembaga keuangan harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan masyarakat dan memberikan kualitas pelayanan guna menjaga dan meningkatkan minat nasabahnya.

### **2. Secara subjektif**

Permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini termasuk salah satu bidang studi ilmu yang penulis pelajari di Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Adanya referensi atau liateratur dapat mempermudah penulis

### C. Latar belakang

Era Globalisasi seperti saat ini, bisnis lembaga keuangan merupakan bisnis kepercayaan dimana pihak lembaga keuangan harus mampu menjaga kepercayaan dan memberikan jasa pada nasabahnya untuk keberlangsungan usaha di bidang keuangan. Hal ini karena semakin maraknya lembaga keuangan, baik lembaga keuangan syariah maupun konvensional dalam meningkatkan nasabahnya agar tetap berkembang. Dalam lembaga keuangan syariah juga terdapat lembaga keuangan syariah bank dan lembaga keuangan syariah bukan bank. Salah satu lembaga keuangan syariah bukan bank yaitu *Baitul Maal wat Tamwil* (BMT).<sup>8</sup>

*Baitul Maal wat Tamwil* (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dua istilah yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. *Baitul maal* lebih lebih berpengaruh pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, seperti; Zakat, Infaq dan sedekah. Adapun *baitul tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial. Usaha-usaha tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari BMT sebagai lembaga yang mendukung kegiatan ekonomi masyarakat kecil yang berlandaskan Islam. Lembaga ini didirikan dengan maksud memfasilitasi masyarakat menengah ke bawah yang tidak terjangkau oleh pelayanan bank Islam atau Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Prinsip operasionalnya berdasarkan sesuai dengan peraturan bank

---

<sup>8</sup>Huda, Nurul dan mohammad heykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*, Edisi 1, Cetakan ke-1 (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 29

syariah yaitu dengan sistem bagi hasil, jual beli dan titipan (*wadiah*).BMT memiliki pangsa pasar tersendiri yaitu masyarakat kecil yang tidak terjangkau layanan perbankan serta pelaku kecil yang mengalami hambatan *psikologis* bila berhubungan dengan pihak bank.<sup>9</sup>

Keberhasilan dari pemberian kualitas pelayanan itu ditunjukkan para nasabah dengan rasa puas dari para nasabah.Semakin tinggi tingkat kepuasan para nasabah, itu berarti semakin baik pengelolaan pelayanan yang di berikan BTM Amanah Bina Insan Bangunrejo Lampung Tengah. Salah satu cara menciptakan kepuasan pelanggan yaitu melalui peningkatan kualitas pelayanan, karena pelanggan adalah fokus utama ketika mengungkapkan tentang kepuasan dan kualitas jasa.<sup>10</sup>Persoalan kualitas pelayanan sudah menjadi harga yang harus dibayar oleh perusahaan agar tetap bertahan dalam bisnisnya. Saat ini hampir semua perusahaan terlebih perusahaan lembaga keuangan dapat menghasilkan kualitas jasa yang sama.

Berdasarkan penelitian sebelumnya nasabah Lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan bukan bank sudah puas dengan pelayanan yang di berikan, tetapi mereka tetap ingin pindah ke lembaga keuangan lain jika ada penawaran yang lebih baik.<sup>11</sup>Hal ini yang harus menjadi fokus perhatian setiap lembaga keuangan terutama lembaga keuangan syariah.Karena sampai saat ini, aspek

---

<sup>9</sup>*Ibid.* h. 363

<sup>10</sup>Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 jilid 1*, Erlangga; 2008, hlm. 140

<sup>11</sup>[Ikhsanalqadr.blogspot.co.id/2012/10/kepercayaan-nasabah.html?m=1](http://Ikhsanalqadr.blogspot.co.id/2012/10/kepercayaan-nasabah.html?m=1)

pelayanan pada dunia bisnis merupakan hal yang harus dikelola dengan baik. Selain itu kualitas untuk memberikan pelayanan yang baik juga telah di tulis didalam Al Quran di bawah ini: (Q.S.Al-Baqarah (2):83)

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَءِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ  
وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ  
وَأَنْتُمْ مُّعْرِضُونَ ٨٣

Artinya: “Dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling.”(Al-Baqarah(2) : 83).<sup>12</sup>

Berdasarkan ayat di atas, Allah SWT menyuruh kita untuk selalu berbuat baik kepada orang lain. Tak terkecuali ayat itu pun menjelaskan kita untuk melakukan kebaikan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah, tidak hanya itu masih ada Al Quran yang menjelaskan tentang pelayanan adalah: (An-Nisa (4) : 86).

وَإِذَا حُيِّيتُمْ بِتَحِيَّةٍ فَحَيُّوا بِأَحْسَنَ مِنْهَا أَوْ رُدُّوهَا إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ حَسِيبًا ٨٦

Artinya: “Apabila kamu diberi penghormatan dengan sesuatu penghormatan, maka balaslah penghormatan itu dengan yang lebih baik dari padanya, atau balaslah penghormatan itu (dengan yang serupa). Sesungguhnya Allah memperhitungkan segala sesuatu.”(An-Nisa (4) : 86).<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup>Qur'an terjemah surat Al-Baqarah, (Semarang: PT. Karya Toha Putra), hlm.12

<sup>13</sup>Qur'an terjemah surat An-Nisa, (Semarang: PT. Karya Toha Putra), hlm. 91

Berdasarkan ayat di atas menjelaskan kepada manusia untuk saling hormat-menghormati dan saling menghargai. Karena pelayanan yang baik akan menciptakan suatu efek kepuasan kepada nasabah.

Literasi keuangan telah berkembang pesat selama beberapa tahun terakhir. Beberapa faktor yang menyebabkan literasi keuangan berkembang antara lain tingkat bunga tabungan yang rendah, meningkatnya tingkat kebangkrutan dan tingkat hutang, dan meningkatnya tanggung jawab individu untuk membuat keputusan yang akan mempengaruhi perekonomian mereka di masa depan.

Literasi keuangan sangat berkaitan dengan kesejahteraan seorang individu. Pengetahuan keuangan dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, literasi keuangan membantu individu agar terhindar dari masalah keuangan. Kesulitan keuangan bukan hanya terjadi karena rendahnya pendapatan. Kesulitan keuangan juga dapat muncul jika terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan (*miss management*) seperti kesalahan penggunaan kredit, dan tidak adanya perencanaan keuangan. Keterbatasan finansial dapat menyebabkan *stress*, dan rendahnya kepercayaan diri. Adanya pengetahuan keuangan dan literasi keuangan akan membantu individu dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi, sehingga individu tersebut bisa



memaksi-malkan nilai waktu uang dan keuntungan yang diperoleh oleh individu akan semakin besar dan akan meningkatkan taraf kehidupannya.<sup>14</sup>

BTM Amanah Bina Insan Bangunrejo Lampung Tengah sadar betul bahwa kualitas pelayanan dan literasi keuangan memiliki peran penting dalam penciptaan minat nasabah dan meningkatkan minat nasabah walaupun dalam presentasi kenaikannya menurun. Nasabah yang semakin kritis terhadap pelayanan yang diperoleh, membuat pihak BTM harus dapat melaksanakan kegiatan operasional sebaik mungkin untuk memberikan pelayanan terbaik. Peningkatan jumlah nasabah dan penurunan asset dari tahun ketahun dapat dijadikan evaluasi bagi perusahaan untuk menilai seberapa tinggi tingkat kepuasan nasabah pada pelayanan yang diberikan perusahaan. Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti ingin meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan literasi keuangan dalam meningkatkan jumlah nasabah.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan yang akan dibahas adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah BTM Amanah Bina Insan ?
2. Apakah literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah BTM Amanah Bina Insa

---

<sup>14</sup>Farah Margaretha, Reza Arief Pambudhi, *Tingkat literasi keuangan pada mahasiswa s-1 Fakultas ekonomi*, Volume 17, Nomor 1, Maret 2015

## **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka permasalahan yang akan dibahas adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah BTM Amanah Bina Insan.
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap minat menjadi nasabah BTM Amanah Bina Insan.

## **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Dari hasil penelitian diharapkan dapat berguna atau saran bagi kemajuan lembaga keuangan syariah yaitu Baituul Tamwil Muhamadiyah (BTM) Amanah Bina Insan Bangunrejo Lampung Tengah untuk dapat menjaga loyalitas nasabahnya dengan meningkatkan kualitas pelayanan, dan melakukan literasi kepada masyarakat serta menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan perusahaanya agar berhasil menjadi lembaga keuangan syariah yang selalu di prioritaskan masyarakat.

2. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan yang sangat berguna dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dibidang lembaga keuangan syariah dan menambah khasanah bacaan ilmiah.

3. Manfaat bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman penulis mengenai bagaimana pengaruh keunggulan produk dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat nasabah. penelitian ini untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Pelayanan**

##### **1. Definisi pelayanan**

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Moenir Mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik.

Di dalam pelayanan selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Pelayanan bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud. Pengertian pelayanan dalam konteks Perbankan Syariah ialah memberikan pelayanan sesuai dengan standar prosedur pelayanan yang ada, dan harus dengan (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, dan Santun) baik dalam memberikan penjelasan produk maupun complain nasabah.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Wawancara Agus Suwandi (*Relationship Manager Marketing Funding, BTM Amznzh Bina insan, Banunrejo, Lampung Tengah*), 13 september

Pelayanan di berikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau kepada nasabah. Semua produk produk yang di tawarkan oleh organisasi tersebut pastilah tidak luput dengan adanya pelayanan, entah pelayanan yang di berikan itu bersifat langsung atau tidak langsung. Untuk produk Bank/BMT ada yang memerlukan pelayanan langsung seperti penyetoran uang tunai atau pembelian produk lainnya. Dalam pelayanan tersebut tentunya ada yang membutuhkan penjelasan, baik sekedarnya atau secara rinci. Namun ada juga produk Bank yang tidak memerlukan pelayanan karyawan misalnya pelayanan yang di berikan mesin ATM.<sup>16</sup>

Terdapat pengertian pelayanan menurut beberapa ahli. Menurut (KBBI) adalah sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain. Menurut Moenir pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landas faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan sesuai dengan haknya. Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2005, h. 15

<sup>17</sup> Diakses dari <http://digilib.unila.ac.id/6162/130/BAB%20II.pdf>, pada tanggal 31 Mei 2017, pukul 12.07

Seorang petugas Bank atau BMT pastinya dituntut untuk dapat memberikan pelayanan prima / Service Excellent kepada nasabahnya. Service Excellent adalah pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan.<sup>18</sup> Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.

Menurut Valarie A. Zethmal dan Maryo Bitner mendefinisikan pelayanan merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah. Sedangkan Lovelock mendefinisikan pelayanan sebagai proses daripada produk, dimana suatu proses melibatkan input dan mentransformasikannya sebagai output.<sup>19</sup>

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.<sup>20</sup> Dimana era pelayanan sekarang ini, menjadi tantangan perbaikan pelayanan kearah menjadi lebih baik, hal ini merupakan perusahaan pada era globalisasi pada saat ini. Perusahaan yang

---

<sup>18</sup> Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), Ed 1, Cet-2, h.17

<sup>19</sup> Rambat Lupiyoadi Dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Asa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), Hal.6

<sup>20</sup> Heri Setiawan, Dkk. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*, Jurnal Of Management Volume 2 No. 02 Maret 2016.

tidak mampu memberikan pelayanan yang lebih baik kepada nasabahnya akan kehilangan pasar dan produknya.

Layanan pelanggan meliputi berbagai aktifitas diseluruh area bisnis yang berusaha mengkombinasikan mulai dari pemesanan, pemerosesan, hingga pemberian jasa melalui komunikasi untuk mempererat kerjasama dengan pelanggan. Tentu saja, tujuannya adalah memperoleh keuntungan. Layanan pelanggan bukan sekedar bertujuan untuk melayani, namun merupakan upaya untuk membangaun suatu kerjasama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Proses ini sudah dimulai sejak sebelum terjadi transaksi hingga tahap evaluasi setelah transaksi. Layanan pelanggan yang baik adalah bagaimana mengerti keinginan pelanggan dan senantiasa memberikan nilai tambah dimata konsumen.

## **2. Karakteristik Pelayanan Yang Baik**

Pelayanan yang baik memiliki empat karakteristik utama, yaitu:<sup>21</sup>

- a. Tidak dapat berwujud (Intangibility). Pelayanan tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian. Contoh riil pelayanan yang tidak berwujud dalam Perbankan Syariah itu berupa asa.
- b. Tidak dapat dipisahkan (Inseparability). Pelayanan biasanya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan, sehingga hubungan antara

---

<sup>21</sup>Rambat Lupiyoadi Dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Asa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), Hal 84



pemberi dan penerima pelayanan menjadi penting dalam pemasarannya.

Contoh riil pelayanan yang tidak dapat dipisahkan dalam Perbankan Syariah itu berupa Produk.

c. Berubah-ubah (Variability). Pelayanan mudah sekali berubah-ubah atau tidak konsisten tergantung siapa pemberi jasa, kapan dan dimana diberikan. Contoh riil pelayanan yang berubah-ubah dalam Perbankan Syariah itu berupa Varian Produk.

d. Daya tahan (Perishability). Pelayanan tidak dapat disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat diperlukan, karena hal tersebut maka pelayanan tidak tahan lama.

Dalam manajemen pemasaran suatu pelayanan memiliki kualitas bukan dinilai oleh produsen, melainkan oleh nasabah atau pelanggan jadi pelangganlah yang memberikan evaluasi, apabila pelayanan dirasakan atau diterima pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan. Namun apabila pelanggan mendapati bahwa pelayanan yang diterima atau dirasakan tidak sesuai bahkan tidak sesuai harapan pelanggan, maka pelayanan dianggap tidak berkualitas atau mengecewakan.

### **3. Kualitas pelayanan**

Menurut Lovelock pengertian kualitas pelayanan sebagai tingkat kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, sedangkan menurut Parasuraman, kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara

layanan yang dirasakan (*persepsi*) pelanggan dengan kualitas layanan yang diharapkan pelanggan. Jika kualitas layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.<sup>22</sup>

kualitas pelayanan, Menurut Kotler, adalah “*Quality is the totality of features and characteristic of a product or service that bear on its ability to satisfy stated needs*”. Artinya, kualitas merupakan keseluruhan sifat-sifat dan karakter-karakter suatu produk dan jasa, berdasarkan kemampuannya untuk menyatakan kepuasan atau kebutuhan secara tidak langsung.<sup>23</sup>

Dari definisi tersebut dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan dapat disimpulkan sebagai sebuah tingkat kemampuan (*ability*) dari sebuah perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau

---

<sup>22</sup> Rambat Lupiyoadi Dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Asa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), Hal.6

<sup>23</sup> Dedi Trisnadi, dkk. *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali Di Cimb Niaga*, Jurnal MIX, Volume 6 No. 3, Oktober 2013

peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut atribut pelayanan suatu perusahaan.<sup>24</sup>

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Tingkat kualitas pelayanan jasa tidak dapat diukur berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Dalam riset selanjutnya, menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya.<sup>25</sup>

- a. *Reliability* (kehandalan) adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat serta memuaskan. Artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab, karyawan sopan dan ramah. Bila ini dijalankan dengan baik nasabah merasa sangat dihargai. Sebagai seorang muslim, telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitas perniagaan. Seorang muslim harus melaksanakan jasa kepada nasabah dengan meniru tauladan Rasulullah.

---

<sup>24</sup>Teuku Edyansyah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk*, (skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh Aceh Utara, 2014), hlm. 186.

<sup>25</sup> Dedi Trisnadi, dkk. *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali Di Cimb Niaga*, Jurnal MIX, Volume 6 No. 3, Oktober 2013

b. *Responsiveness* (daya tanggap) adalah suatu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Dalam islam kita harus menepati komitmen seiring dengan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Apabila perusahaan tidak bisa menepati komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, maka resiko yang terjadi akan ditinggalkan oleh pelanggan.

c. *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk atau jasa secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan. Dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, hendaklah selalu memperhatikan etika berkomunikasi supaya tidak melakukan manipulasi pada waktu menawarkan produk maupun berbicara dengan kebohongan sehingga perusahaan tetap mendapatkan kepercayaan dari nasabah, dan yang paling terpenting adalah tidak *syariat* dalam *bermuamalah*.

d. *Emphaty* (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada nasabahnya. Perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah SWT untuk selalu berbuat baik kepada orang lain.

e. *Tangibles* (bukti fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, contohnya adalah gedung, kamar, tempat parkir, media komunikasi dan hal-hal lainnya yang bersifat fisik. Bahwa dalam menjalankan operasional perusahaan harus memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelolakaryawannya dalam berbusana yang santun, beretika, *syar'i*.

## B. Literasi Keuangan

### 1. Konsep Literasi Keuangan

Literasi keuangan (*financial literacy*) yang artinya melek keuangan, menurut buku podoman Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia, yang dimaksud dengan literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*) dan ketrampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan yang lebih baik.<sup>26</sup> Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa konsumen produk dan jasa keuangan maupun masyarakat luas diharapkan tidak hanya mengetahui dan memahami lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, melainkan juga dapat mengubah atau memperbaiki perilaku masyarakat dalam pengelolaan keuangan sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan mereka. Definisi dasar literasi keuangan menurut Remund berhubungan dengan kemampuan seseorang

---

<sup>26</sup>Otoritas Jasa Keuangan, “Literasi, Edukasi, dan Inklusi Keuangan”, Direktorat Literasi dan Edukasi (2014)

untuk mengelola dananya. Konsep ini awalnya tidak dideskripsikan sebagai sebuah literasi keuangan, tetapi gagasan ini ada di awal tahun 1900 bersamaan dengan sebuah penelitian pendidikan terhadap konsumen yang ada di Amerika. Literasi keuangan secara khas di perhitungkan dalam level individual lalu berkembang menjadi kelompok-kelompok, seperti siswa sekolah ataupun pegawai yang berpenghasilan rendah, sebagai gambaran ekonomi makro.

Literasi keuangan merupakan sebuah langkah atas sebuah tingkat yang mana dapat memahami konsep dari keuangan dan proses dari sebuah kemampuan untuk mengurus keuangan pribadinya secara tepat, baik dalam jangka waktu pendek, sedang, maupun seumur hidup dan merubah keadaan ekonominya.

Menurut penelitiannya yang dilakukan Remund menyatakan lima kategori tentang definisi konseptual mengenai literasi keuangan:

a. Pengetahuan tentang konsep keuangan

Pengetahuan adalah salah satu aspek yang umum sekaligus harus dimiliki dalam konsep literasi keuangan. Agar dapat mengelola uang, seseorang harus memiliki pengetahuan tentang keuangan. Seseorang dapat meningkatkan kesejahteraan finansial individu ketika orang tersebut memiliki pengetahuan.

b. Kemampuan untuk mengkomunikasikan tentang konsep keuangan

Seseorang yang memiliki literasi keuangan tinggi didefinisikan sebagai seseorang yang memiliki informasi tentang keuangan cukup banyak. Dengan banyaknya informasi tersebut, seseorang mampu mengomunikasikannya sehingga mampu menciptakan keputusan keuangan yang efektif.

c. Sikap dalam manajemen keuangan pribadi

Sikap dalam manajemen keuangan pribadi berarti seseorang mampu untuk mengetahui sumber uang tunai dan membayar kewajiban pribadi, pengetahuan tentang membuka rekening di bank dan mengajukan pinjaman di bank, dan perencanaan keuangan pribadi di masa datang

d. Kemampuan membuat keputusan keuangan secara efektif

Pengambilan keputusan keuangan menjadi salah satu implikasi yang paling penting pada literasi keuangan. Literasi keuangan tidak dapat diuji kecuali dengan melihat bagaimana seseorang mampu membuat keputusan keuangan yang efektif.

e. Kepercayaan diri dalam merencanakan kebutuhan keuangan secara efektif

Tidak semua orang mampu memasukkan unsur kepercayaan diri ketika sedang merencanakan kebutuhan keuangan di masa datang. Kepercayaan diri dalam merencanakan kebutuhan keuangan jangka panjang



merupakan cerminan dari 16 ketrampilan seseorang dalam melakukan perencanaan kebutuhan keuangan jangka pendek.<sup>27</sup>

Dapat dipahami dari berbagai konsep tersebut, menurut penulis literasi keuangan merupakan sebuah kesadaran pada masyarakat dalam mengelola dana miliknya berdasarkan pengetahuan yang didapatkannya. Sehingga kesadaran tersebut berbuah pada sikap dan tingkah laku yang diharapkan dapat menyejahterakan kehidupan mereka.

## **2. Visi-Misi Strategi Nasional Literasi Keuangan**

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di dalam Cetak Biru Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia sudah menetapkan visi, misi dan prinsip literasi keuangan. Menurut OJK visi literasi keuangan Indonesia adalah: “mewujudkan masyarakat Indonesia yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi (*well literate*) sehingga masyarakat dapat memilih dan memanfaatkan keuangan guna meningkatkan kesejahteraan.”<sup>28</sup>

Adapun misi dari literasi keuangan Indonesia yakni: (1) melakukan edukasi di bidang keuangan kepada masyarakat Indonesia agar dapat mengelola keuangan secara cerdas; dan (2) meningkatkan akses informasi serta penggunaan produk dan jasa keuangan melalui pengembangan infrastruktur pendukung literasi keuangan. Agar program peningkatan literasi

---

<sup>27</sup>Veny Oktavianti, *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Persyaratan Kredit Terhadap Akses Kredit Formal Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Surabaya*, (Skripsi, Fakultas Teknologi Industri) hlm 16

<sup>28</sup>[www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

keuangan Indonesia kepada masyarakat berjalan dengan baik maka setiap program literasi harus memiliki prinsip sebagai berikut:

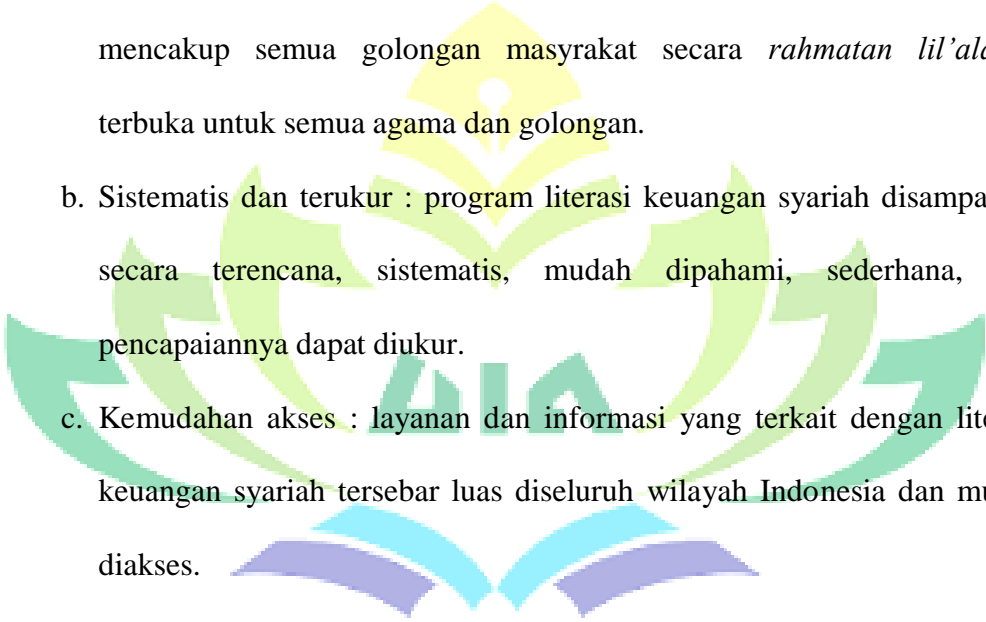
- a. Inklusif : mencakup semua golongan masyarakat.
- b. Sistematis dan terukur : literasi keuangan disampaikan secara terprogram, mudah dipahami, sederhana, dan pencapaiannya dapat diukur.
- c. Kemudahan akses : layanan dan informasi keuangan tersebar luas di seluruh wilayah Indonesia dan mudah diakses.
- d. Kolaborasi : melibatkan seluruh stakeholders secara bersama-sama dalam mengimplementasikan literasi keuangan.

### **3. Prinsip Pembangunan Literasi Keuangan Syariah**

tujuan dari upaya gerakan pembangunan literasi keuangan syariah adalah “*Pertama*, meningkatkan literasi keuangan seseorang yang sebelumnya *less literate* atau *not literate* dalam keuangan syariah menjadi *well literate* dalam keuangan syariah. *Kedua*, meningkatkan jumlah pengguna produk dan jasa keuangan syariah.” Dengan demikian, *maqhasid* (tujuan) dari literasi keuangan syariah adalah agar konsumen dan masyarakat luas dapat menentukan produk dan jasa keuangan syariah yang sesuai kebutuhan mereka, memahami dengan benar manfaat dan risikonya, mengetahui hak dan kewajiban serta meyakini bahwa produk dan jasa keuangan yang dipilih

tersebut dapat meningkatkan kesejahteraan mereka berdasarkan prinsip syariah yang halal dan menguntungkan.<sup>29</sup>

Prinsip pembangunan literasi keuangan syariah yang dikembangkan dari cetak biru strategi nasional literasi keuangan Indonesia. Adapun prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut:

- 
- a. Universal dan inklusif : program literasi keuangan syariah harus mencakup semua golongan masyarakat secara *rahmatan lil'alam* terbuka untuk semua agama dan golongan.
  - b. Sistematis dan terukur : program literasi keuangan syariah disampaikan secara terencana, sistematis, mudah dipahami, sederhana, dan pencapaiannya dapat diukur.
  - c. Kemudahan akses : layanan dan informasi yang terkait dengan literasi keuangan syariah tersebar luas diseluruh wilayah Indonesia dan mudah diakses.
  - d. Kemaslahatan : program literasi keuangan syariah harus membawa masalah (manfaat) yang besar bagi seluruh rakyat Indonesia.
  - e. Kolaborasi : program literasi keuangan harus melibatkan seluruh *stakeholders* syariah dan pemerintah secara bersama-sama dalam perencanaan dan implementasinya.

---

<sup>29</sup>Agustianto, "Membangun Literasi Keuangan Syariah" bag2, dalam <http://www.agustiantocentre.com/?p=1674>, "diakses pada" 11 oktober 2017.

#### 4. Manfaat Pembangunan Literasi Keuangan Syariah

*Financial literacy* (literasi keuangan) merupakan salah satu program strategis yang menjadi bagian dari upaya pemerintah dan masyarakat di berbagai negara dalam mewujudkan masyarakat yang melek mengenai jasa keuangan. Pengalaman dari berbagai negara membuktikan bahwa literasi keuangan telah menjadi program nasional untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakatnya, mengingat literasi keuangan memiliki berbagai manfaat. Karena keberhasilan itu, maka Indonesia melakukan gerakan nasional pembangunan literasi keuangan. Bagi masyarakat dan rakyat Indonesia, program literasi keuangan syariah memiliki manfaat yang besar antara lain:<sup>30</sup>

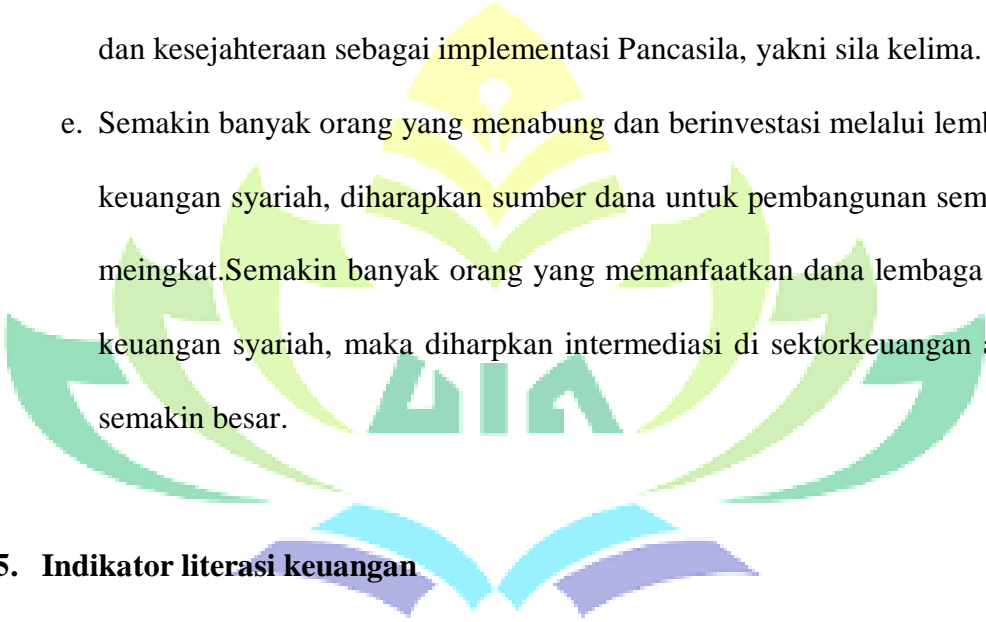
- a. Masyarakat mampu memilih dan memanfaatkan produk dan jasa keuangan syariah yang sesuai kebutuhan mereka.
- b. Masyarakat mampu melakukan perencanaan keuangan (*financial planning*) secara syariah dengan lebih baik.
- c. Masyarakat terhindar dari aktivitas investasi pada instrumen keuangan yang tidak jelas (bodong).
- d. Masyarakat mendapat pemahaman mengenai manfaat dan risiko produk serta jasa keuangan syariah.

---

<sup>30</sup>Agustianto, "Membangun Literasi Keuangan Syariah" bag 3, dalam <http://www.agustiantocentre.com/?p=1674>, "diakses pada" 11 oktober 2017

Literasi keuangan syariah juga memberikan manfaat yang besar bagi negara, tidak saja bagi OJK selaku pemegang otoritas tetapi juga bagi negara selaku eksekutif pemerintah yang menjalankan amanat UUD 1945 untuk membangun kesejahteraan rakyat. Hal ini disebabkan karena lembaga keuangan syariah sebagai penyedia jasa keuangan berperan memberikan pelayanan permodalan, jasa keuangan, bahkan konsultasi keuangan syariah. Maju dan berkembangnya lembaga keuangan syariah akan berdampak bagi kesejahteraan negara. Apabila masyarakat telah melek (*literacy*) dalam keuangan syariah, maka semakin banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk dan jasa keuangan syariah, sehingga akan meningkatkan kesejahteraan mereka. Kesejahteraan masyarakat adalah keberhasilan negara dalam menyelenggarakan pembangunan. Dari aspek ekonomi makro sendiri, literasi keuangan syariah memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Semakin banyak orang yang menabung dan berinvestasi secara syariah, diharapkan ekonomi Indonesia akan makin stabil, karena sistem keuangan syariah secara tegas melarang riba (*bubble economy*), dan *maysir* (spekulasi). Kestabilan ekonomi keuangan akan mendorong ekspor dan investasi.
- b. Semakin banyak orang yang memanfaatkan dana lembaga jasa keuangan syariah, maka pertumbuhan sektor riil.

- 
- c. Semakin banyak masyarakat yang menggunakan jasa keuangan syariah, maka ekonomi nasional akan semakin kokoh dan kuat dari terpaan badai krisis global.
  - d. Semakin banyak masyarakat yang *well literate* dalam keuangan syariah, maka akan semakin banyak jumlah pengguna produk dan jasa keuangan syariah sehingga pada akhirnya akan menciptakan pemerataan (keadilan) dan kesejahteraan sebagai implementasi Pancasila, yakni sila kelima.
  - e. Semakin banyak orang yang menabung dan berinvestasi melalui lembaga keuangan syariah, diharapkan sumber dana untuk pembangunan semakin meningkat. Semakin banyak orang yang memanfaatkan dana lembaga jasa keuangan syariah, maka diharapkan intermediasi di sektor keuangan akan semakin besar.

## **5. Indikator literasi keuangan**

### **a. Pengetahuan**

Pengetahuan adalah salah satu aspek yang umum sekaligus harus dimiliki dalam konsep literasi keuangan. Agar dapat mengelola uang, seseorang harus memiliki pengetahuan tentang keuangan. Seseorang dapat meningkatkan kesejahteraan finansial individu ketika orang tersebut memiliki pengetahuan.

b. Kemampuan

Seseorang yang memiliki literasi keuangan tinggi didefinisikan sebagai seseorang yang memiliki informasi tentang keuangan cukup banyak. Dengan banyaknya informasi tersebut, seseorang mampu mengomunikasikannya sehingga mampu menciptakan keputusan keuangan yang efektif. Pengambilan keputusan keuangan menjadi salah satu implikasi yang paling penting pada literasi keuangan. Literasi keuangan tidak dapat diuji kecuali dengan melihat bagaimana seseorang mampu membuat keputusan keuangan yang efektif.

c. Sikap

Sikap dalam manajemen keuangan pribadi berarti seseorang mampu untuk mengetahui sumber uang tunai dan membayar kewajiban pribadi, pengetahuan tentang membuka rekening di bank dan mengajukan pinjaman di bank, dan perencanaan keuangan pribadi di masa datang

d. Kepercayaan

Tidak semua orang mampu memasukkan unsur kepercayaan diri ketika sedang merencanakan kebutuhan keuangan di masa datang. Kepercayaan diri dalam merencanakan kebutuhan keuangan jangka panjang

merupakan cerminan dari 16 ketrampilan seseorang dalam melakukan perencanaan kebutuhan keuangan jangka pendek.<sup>31</sup>

## C. Minat

### 1. Definisi minat

Minat merupakan suatu keinginan yang timbul dari dalam diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Pandji Minat adalah rasa suka dan tertarik pada suatu objek atau suatu aktifitas tanpa ada ada yang menyuruh biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenanginyatersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atas memilih jasa atau produk tertentu.<sup>32</sup>

Minat adalah perasaan ingin tahu, mempelajari, mengagumi atau memiliki sesuatu. Disamping itu, minat merupakan bagian dari ranah afeksi, mulai dari kesadaran sampai pada pilihan nilai. Gerungan menyebutkan minat merupakan pengarah perasaan dan penafsiran untuk sesuatu hal (ada unsure seleksi). Jika dikaitkan dengan bidang kerja, teori minat Holland lebih sesuai. Holland mengatakan, minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap

---

<sup>31</sup>Veny Oktavianti, *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Persyaratan Kredit Terhadap Akses Kredit Formal Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Surabaya*, (Skripsi, Fakultas Teknologi Industri) hlm 16

<sup>32</sup> Tri Astuti, *Pengaruh Nasabah Tentang, Tingkat Suku Bunga, Pronosi Dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*, ( Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2013).



suatu minat tidak timbul sendiri, ada unsur kebutuhan, misalnya minat memilih dan lain-lain.<sup>33</sup>

Menurut andy keputusan memilih produk merupakan proses seleksi yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya yang kuat hubungannya dengan karakter personal dan mengambil dan pengambilan keputusan. Minat adalah aspek kejiwaan dan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas seseorang yang merasa tertarik terhadap sesuatu. Selain itu minat memiliki makna yang luas karena dengan minat akan mampu merubah sesuatu yang belum jelas menjadi jelas.<sup>34</sup>

Menurut keller, minat konsumen atau minat memilih adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu produk atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari suatu produk ke produk lain.<sup>35</sup>

Dari beberapa pengertian diatas dapat di kemukakan bahwa minat mengandung unsur sebagai berikut:

- a. Adanya pemusatan perhatian, perasaan dan pikiran dari apa yang membuat tertarik.
- b. Adanya perasaan senang terhadap objek yang menjadi sasaran.

---

<sup>33</sup> Djali, *Psikology Pendidikan*, (Jakarta, Bumi Aksara. 2013), Hlm. 122

<sup>34</sup> Hutomo Rusdianto, Chanafi Ibrahim, *Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati*, Jurnal Ekonomi Syariah Vol 4 No 1, 2016, Hlm. 45

<sup>35</sup> E. Desi Arista, Sri Rahayu, *Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen*, Jurnal Aset ISSN Vol No 1, Hlm. 39

## 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah

Faktor faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada dasarnya sama dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Artinya apabila lembaga keuangan ingin meningkatkan minat nasabah maka Lembaga keuangan syariah harus melakukan pemasaran produknya dengan menggunakan komunikasi eksternal (iklan dan bentuk promosi) maka calon nasabah akan mengetahui produk dan kegunaan produk tersebut dan tertarik menggunakan jasa lembaga keuangan syariah (BMT). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah yaitu sebagai berikut:<sup>36</sup>

- a. Promosi merupakan suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Dengan adanya promosi maka calon nasabah akan mendapatkan informasi mengenai apapun yang akan digunakan sebagai pertimbangan untuk memutuskan produk apa yang akan dipilihnya.
- b. Kebutuhan senilai dengan keinginan. Kebutuhan merupakan segala sesuatu yang dibutuhkan manusia untuk mempertahankan hidup serta untuk memperoleh kesejahteraan dan kenyamanan.

---

<sup>36</sup>Rambat Lupiyoadi Dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Asa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), Hal 183

## **D. Pengertian Nasabah**

### **1. Devinisi Nasabah Menurut Undang Undang**

Definisi nasabah baru dapat direalisasikan dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan diatur perihal nasabah yang terdiri dari dua pengertian yaitu:

- a. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
- b. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Sementara itu Undang-Undang No. 24 Tahun 2004 tentang Lembaga Penjamin Simpanan mengenal pengertian nasabah sebagaimana dijelaskan dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, yaitu

- a. *Pengertian Nasabah penyimpan*, yaitu nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
- b. *Pengertian Nasabah debitur* adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang

dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

c. *Pengertian Nasabah debitur* adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

## 2. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia

Kamus besar Bahasa Indonesia menjelaskan nasabah adalah “orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (Dalam hal keuangan), dapat juga diartikan sebagai orang yang menjadi tanggungan asuransi, perbandingan pertalian.”<sup>37</sup>

### E. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Analisis	Hasil Analisis
1	Anastasia Sri Mendari & Suramaya Suci Kewal (2013)	Tingkat Literasi Keuangan Di Kalangan	Analisis deskriptif, regresi logistik dan	dari semua aspek literasi keuangan, baik dari aspek pengetahuan

<sup>37</sup>Dinas Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, PN. Balai Pustaka, 2003, hlm. 775.

		Mahasiswa Stie Musi	ANOVA	keuangan pribadi, tabungan dan pinjaman, asuransi, dan investasi mengindikasikan literasi keuangan yang rendah walaupun melalui pendidikan di sekolah sudah diberikan materi- materi perkuliahan yang berkaitan tentang aspek-aspek dalam literasi keuangan tersebut.
2	Nujmatul Laily(2013)	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku	teknik analisis jalur	Hasil penelitian menemukan bahwa hanya variabel literasi keuangan yang memiliki pengaruh

		Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan		langsung terhadap perilaku keuangan mahasiswa
3	Farah Margaretha dan Reza Arief Pambudhi (2015)	Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S- 1 Fakultas Ekonomi	penelitian deskriptif	Jenis kelamin, usia, IPK dan pendapatan orang tua memiliki pengaruh terhadap literasi keuangan mahasiswa
4	Alina Tsalitsa dan Yanuar Rachmansyah (2016)	Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Kredit	model penelitian regresi linier berganda	Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan kredit

		Pada Pt. Columbia Cabang Kudus		
5	Skripsi, Atika Mawaddah, (2016).	pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap minat nasabah menabung di bank syariah. (study BNI Syariah capem plered Cirebon).	Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis regeresi linier berganda, Uji Determinasi, Uji T, Dan Uji F.	secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung. pengujian simultan diperoleh hasil secara bersama-sama kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung.
6	Muchamad Rifa'i	Pengaruh kualitas Pelayanan,	penelitian deskriptif	Literasi keuangan berpengaruh positif tidak signifikan

		<p>Literasi</p> <p>Keuangan dan motivasi orang tua terhadap minat menabung santri pondok pesantren sunan pandanaran</p>		
7	<p>Skripsi Putri Nurjannah (2016).</p>	<p>Pengaruh kualitas pelayanan produk tabungan terhadap kepuasan nasabah. (study bank syariah mandiri</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif.</p>	<p>Terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan produk tabungan berencana terhadap kepuasan nasabah.</p>



		cabang purwokerto).		
--	--	------------------------	--	--

## F. Kerangka Pemikiran

Dari penelitian terdahulu yang dilakukan Anastasia Sri Mendar & Suramaya Suci Kewal dengan judul tingkat literasi keuangan di kalangan mahasiswa STIE. menyatakan bahwa pelajaran tentang literasi keuangan di sekolah tinggi belum cukup untuk memberikan pemahaman yang mendalam terhadap mahasiswa. Pengetahuan tentang literasi keuangan harus diberikan sedini mungkin kepada anak sehingga mereka dapat mengaplikasikan dengan lebih baik dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, tenaga pengajar di perguruan tinggi (dosen) harus menggunakan metode pembelajaran yang mudah dipahami mahasiswa.<sup>38</sup>

Muchamad Rifa'i, dengan judul Pengaruh kualitas Pelayanan, Literasi Keuangan dan motivasi orang tua terhadap minat menabung santri pondok pesantren sunan pandanaran, menyatakan bahwa secara simultan variabel bukti fisik, kehandalan, jaminan, daya tanggap, empati, dorongan orang tua dan literasi keuangan, menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap minat

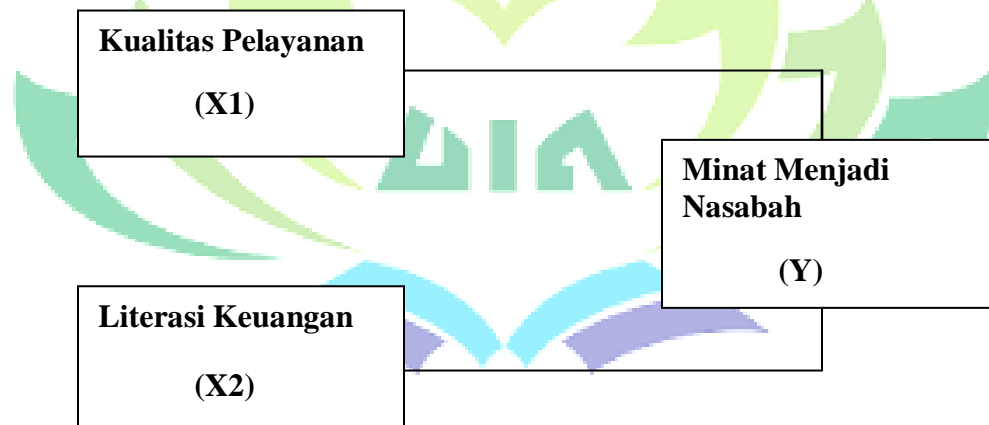
---

<sup>38</sup>Anastasia Sri Mendar & Suramaya Suci Kewal, *tingkat literasi keuangan di kalangan mahasiswa STIE*, (skripsi, STIE Musi Palembang, 2013).

menabung anggota santri BMT Pendadaran Investa Cendikia Amanah Jogjakarta.<sup>39</sup>Nujmatul Laily, pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku mahasiswa dalam mengelola keuangan, Hasil penelitian menemukan bahwa hanya variabel literasi keuangan yang memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku keuangan mahasiswa.<sup>40</sup>

Berikut kerangka pemikiran dalam penelitian ini.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



Kerangka pemikiran di atas dimaksudkan untuk menjelaskan, mengungkapkan dan menentukan persepsi-persepsi keterkaitan antara variabel yang akan diteliti yaitu pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Minat Menjadi Nasabah (Y).dan Literasi Keuangan (X2) terhadap terhadap Minat

---

<sup>39</sup>Muchamad Rifa'i, *Pengaruh kualitas Pelayanan, Literasi Keuangan dan motivasi orang tua terhadap minat menabung santri pondok pesantren sunan pandanaran*,(Jogjakarta 2015)

<sup>40</sup>Nujmatul Laily, *pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku mahasiswa dalam mengelola keuangan*, (Universitas Negeri Malang)

Menjadi (Y). Dengan kerangka pemikiran di atas, diharapkan dapat mempermudah untuk memahami apa yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini.

## G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris dengan data.<sup>41</sup> Adapun rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Pengujian koefisien regresi variabel kualitas pelayanan

$H_a$ : kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat nasabah.

$H_o$ : kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat nasabah.

2. Pengujian koefisien regresi variabel Literasi Keuangan

---

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metodologi Penulisan Pendidikan (pendekatan kualitatif, kuantitatif dan R&D)* (Bandung : Alfa Beta, 2012), hlm. 96

$H_a$ : Literasi Keuangan berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat nasabah.

$H_o$ : Literasi Keuangan tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat nasabah.



### **BAB III**

## **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Karena penelitian ini ingin mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan literasi keuangan terhadap minat nasabah. Jika dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat penelitian Asosiatif (Hubungan), ini karena bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih.<sup>42</sup> Dengan penelitian ini maka akan dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Penelitian ini berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>43</sup>

#### **B. Sumber data**

---

<sup>42</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015) hlm. 74.

<sup>43</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2016), hlm. 8.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan jenis Data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung yaitu data tersebut diperoleh dari para nasabah dengan cara penyebaran angket.<sup>44</sup>

### C. Metode Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, dan penelitian perpustakaan.

#### 1. Teknik observasi

Observasi adalah cara dan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian.<sup>45</sup> Dalam penelitian ini observasi yang dilakukan yaitu langsung ke lokasi penelitian (BTM Amanah Bina Insan) untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan dengan cara melihat aktifitas pelayanan yang diberikan pihak BTM kepada nasabah.

#### 2. Metode angket (kuesioner)

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.<sup>46</sup> Metode ini digunakan untuk memperoleh data respon nasabah mengenai kualitas pelayanan dan literasi keuangan dalam meningkatkan minat nasabah BTM Amanah Bina Insan Bangunrejo

---

<sup>44</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Alfabeta, Bandung, 2014, hlm. 225

<sup>45</sup>Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta : Bumi Aksara, 2006), hlm. 58.

<sup>46</sup> Sugiyono, *Op.Cit*, hlm. 199

Lampung Tengah. Dari hasil angket akan dikelola dan digunakan sebagai data untuk menyelesaikan sebuah penelitian.

### 3. Wawancara

Wawancara adalah teknik untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data. Pencarian data dengan teknik ini dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara seorang atau beberapa orang pewawancara dengan seorang atau beberapa orang yang diwawancarai.<sup>47</sup> Metode ini digunakan untuk memperoleh data seberapa banyak jumlah nasabah yang menggunakan BTM amanah Bina insan Bangunrejo Lampung tengah.

### 4. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah cara pengumpulan data diperoleh dari bahan-bahan dokumentasi seperti dokumentasi yang dimiliki oleh perusahaan, buku tentang teori, jurnal, dan pendapat yang berhubungan dengan masalah penelitian disebut teknik dokumenter atau juga dokumentasi.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup>Sugiyono. hlm 142

<sup>48</sup> Nurul Zuriah, *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan* (Jakarta: Bumi Reksa, 2007), hlm. 191.

## D. Populasi, dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>49</sup>

Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian penelitian dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan.<sup>50</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BTM amanah Bina insan Bangunrejo Lampung tengah dalam kurun waktu 2017.

### 2. Sampel

Teknik Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik simpel random sampling. Teknik simpel random sampling merupakan cara pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.<sup>51</sup> Berdasarkan data jumlah nasabah tahun 2016 sebanyak 10.662 nasabah adalah keseluruhan

---

<sup>49</sup>Moh. Pabundu Tika, *Opcit*, hlm. 115.

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*(Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 115

<sup>51</sup>*Ibid*, hlm. 118



populasi dan untuk memudahkan peneliti maka teknik yang dilakukan dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada perhitungan yang dikemukakan Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

keterangan =

n = jumlah sampel minimal

N = jumlah sampel keseluruhan

(e)<sup>2</sup>=persentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel (1%, 5%, atau 10%).<sup>52</sup>

$$n = \frac{10.662}{1 + 10.662(10\%)^2} = 99,07 \text{ nasabah.}$$

Untuk memudahkan penulis dalam mengambil jumlah sampel maka sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 nasabah.

## E. Definisi Operasional

Adapun variabel penelitian yang menjadi titik suatu perhatian penelitian adalah:

### 1. Variabel Independen

---

<sup>52</sup> Albert Kurniawan, *metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm.72

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.<sup>53</sup> Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan. (lembaga keuangan bukan bank atau BMT) dan Literasi Keuangan

## 2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel bebas.<sup>54</sup> Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menjadi nasabah lembaga keuangan BMT.

Definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis. Berikut definisi operasional dalam penelitian ini.

**Tabel 3.1**  
**Defenisi Operasional Variabel**

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Pertanyaan No
kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	1. Reliability	1. Kegiatan administrasi	1
	kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan	pembiayaan jelas dan cepat 2. BMT memberikan pelayanan yang sama	2

<sup>53</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), Hlm. 86

<sup>54</sup>*Ibid*

		kepada semua nasabah	
	<p>2. Responsiveness</p> <p>suatu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.</p>	<p>1. Karyawan BMT bersedia meluangkan waktu khusus untuk membantu permasalahan nasabah dalam bertransaksi</p> <p>2. Karyawan atau cs memberikan tanggapan yang baik dan cepat terhadap pertanyaan/ masalah nasabah</p>	<p>3</p> <p>4</p>
	<p>3. Assurance</p> <p>kemampuan karyawan atas pengetahuan</p>	<p>1. Karyawan memiliki sifat jujur, sopan, ramah, dan bisa dipercaya.</p>	<p>5</p> <p>6</p>

	terhadap produk atau jasa secara tepat	2. Tenaga karyawan mempunyai kemampuan, pengetahuan yang luas dan kecakapan dalam menjalankannya.	
	4. Emphaty kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual	1. Tenaga karyawan selalu memberikan perhatian yang baik kepada nasabah 2. Karyawan bersikap simpatik terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah.	7 8
	5. Tangibles suatu bentuk penampilan fisik, contohnya adalah	1. BMT memiliki ruang pelayanan dan ruang tunggu yang nyaman 2. Lokasi BMT berada	9 10

	gedung, kamar, tempat parkir	di tempat yang strategis dan mudah dijangkau	
Literasi Keuangan (X <sub>2</sub> )	1. <i>Pengetahuan</i>  adalah salah satu aspek yang umum sekaligus harus dimiliki dalam konsep literasi keuangan	1. Saya paham akan pengetahuan keuangan	11
	2. <i>kemampuan</i>  seseorang yang memiliki literasi keuangan tinggi didefinisikan sebagai seseorang yang memiliki informasi tentang keuangan cukup	1. Saya mengeluarkan uang sesuai dengan kebutuhan  2. Saya selalu menyisihkan uang untuk di tabung dan investasi	12  13

	banyak		
	<p>3. <i>Sikap</i> dalam</p> <p>menejemen</p> <p>keuangan pribadi</p> <p>berarti seseorang</p> <p>mampu untuk</p> <p>mengetahui</p> <p>sumber uang</p> <p>tunai dan</p> <p>membayar</p> <p>kewajiban pribadi</p>	<p>1. Saya selalu</p> <p>mendahulukan</p> <p>kebutuhan</p> <p>dibandingkan</p> <p>keinginan</p>	14
	<p>4. <i>Kepercayaan</i></p> <p>kepercayaan diri</p> <p>dalam</p> <p>merencanakan</p> <p>keuangan jangka</p> <p>panjang</p>	<p>1. saya merancang dan</p> <p>mengelola keuangan</p> <p>dengan baik</p> <p>2. Saya merancang</p> <p>keuangan untuk</p> <p>masa depan</p> <p>3. Saya sadar keuangan</p> <p>perlu direncanakan</p> <p>dengan baik</p>	<p>15</p> <p>16</p> <p>17</p>

Minat menjadi Nasabah (Y)	1. Kebutuhan  segala sesuatu yang dibutuhkan manusia untuk mempertahankan hidup	1. Karyawan memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan nasabah yang bertransaksi  2. Sarana BTM yang lengkap serta menarik minat para nasabah	18          19
	2. Promosi suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan mengenalkan produk yang akan di tawarkan	1. Saya tertarik menjadi nasabah di BTM karna promosi yang dilakukan  2. Saya berminat memilih produk BTM karena saya membutuhkannya	20       21

## **F. Teknik Pengolahan Data**

1. *Editing* data adalah memeriksa kejelasan dan kelengkapan pengisian instrument pengumpulan data.<sup>55</sup> Dari berbagai data yang telah dikumpulkan akan diteliti kembali untuk mengetahui apakah data tersebut cukup akurat sehingga hal tersebut dapat dipresentasikan dan dijelaskan dalam pemaparan penelitian ini.
2. *Coding* adalah proses identifikasi dan klasifikasi dari setiap pertanyaan yang terdapat dalam instrumen pengumpulan data menurut variabel-variabel yang diteliti.<sup>56</sup> Dalam melakukan pengkodean data, jawaban-jawaban responden diklasifikasikan dengan memberikan kode tertentu berupa angka.
3. *Tabulasi data* adalah mencatat atau entri data ke dalam tabel induk penelitian.<sup>57</sup> Dengan memasukkan data dalam bentuk tabel akan memudahkan kita sebagai penulis dalam melakukan analisis.

## **G. Teknik Analisis Data.**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Dilihat dari sifatnya penelitian ini bersifat asosiatif. Analisis asosiatif berusaha untuk menggambarkan hubungan antara dua variabel atau lebih yang berasal dari data

---

<sup>55</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta:Pustaka Baru Press ,2015), hlm. 10.

<sup>56</sup>*Ibid*, hlm. 121

<sup>57</sup>*Ibid*, hlm. 121



suatu sampel.<sup>58</sup> Berdasarkan pengertian tersebut, maka penelitian asosiatif yang dimaksudkan adalah penelitian yang menggambarkan peristiwa yang terjadi di lapangan apa adanya dalam hal ini tentang pengaruh variabel kualitas pelayanan dan literasi keuangan terhadap minat nasabah memilih BTM amanah Bina insan Bangunrejo Lampung tengah.

## 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.<sup>59</sup> Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>60</sup> Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Sedangkan untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria statistik sebagai berikut:

- 1) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.
- 2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka variabel tersebut tidak valid.

---

<sup>58</sup> *Ibid*, hlm. 122

<sup>59</sup> Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hlm. 118

<sup>60</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2005), hlm. 45

3) Jika  $r_{\text{tabel}} > r_{\text{tabel}}$  tetapi bertanda negatif, maka  $H_0$  akan tetap ditolak dan  $H_1$  diterima.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.<sup>61</sup>

2. Asumsi klasik

Uji asumsi klasik untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel (x) terhadap variabel terikat (y), maka peneliti menggunakan analisis regresi untuk membandingkan dua variabel yang berbeda. Pada analisis regresi, untuk memperoleh model regresi yang bisa dipertanggungjawabkan, maka asumsi-asumsi berikut ini harus dipenuhi. Ada empat pengujian dalam asumsi klasik, yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah terdistribusi normal. Uji normalitas dalam

---

<sup>61</sup> *Ibid*, hlm. 41

penelitian ini memakai uji *Kolmogorov-Smirnov*, atau dikenal dengan uji K-S dan data dapat dinyatakan berdistribusi normal apabila data mengikuti bentuk normal. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai signifikannya, jika signifikan  $> 0,05$  maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan  $< 0,05$  maka variabel tidak berdistribusi normal.<sup>62</sup>

#### b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mendeteksi apakah variabel pengganggu pada suatu periode berkorelasi atau tidak berkorelasi dengan variabel pengganggu lainnya. Suatu model dikatakan tidak mengandung masalah autokorelasi apabila pengaruh faktor pengganggu yang terjadi dalam suatu periode waktu pengamatan tidak berpengaruh pada periode lainnya.<sup>63</sup> Syarat yang harus terpenuhi dalam pengujian ini adalah tidak adanya autokorelasi pada model regresi. Syarat yang harus dipenuhi agar bebas dari uji autokorelasi adalah dengan melihat ketentuan berikut ini:<sup>64</sup>

---

<sup>62</sup> Duwi Priyanto, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010), hlm. 71.

<sup>63</sup> *Ibid*, hlm. 200

<sup>64</sup> *Ibid*, hlm. 87

- 1) Jika  $d$  lebih kecil dari  $d_1$  atau lebih besar dari  $4-d_1$  maka  $H_0$  ditolak, dan berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika  $d$  terletak antara  $d_u$  dan  $4-d_u$  atau lebih besar dari nilai tabel  $d_1$  dan  $d_u$ , maka  $H_0$  diterima dan berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika  $d$  terletak antara  $d_1$  dan  $d_u$  atau  $4-d_u$  dan  $4-d_1$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

c. Uji Multikolonieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan atau tidak adanya korelasi antarvariabel independen. Model regresi yang baik tidak ditemukan korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas dalam model regresi dapat dilihat dari (1) nilai *tolerance* lawannya, (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang dipilih yang tidak dijelaskan dalam variabel bebas lainnya. Jadi, nilai *tolerance* rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/tolerance$ ). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* 0,01 atau sama dengan nilai VIF 10.<sup>65</sup>

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan

---

<sup>65</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Cetakan ke VII (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hlm. 105

kepengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas.

Untuk menguji ada tidaknya heterokedastisitas digunakan uji *glejser* yaitu dengan meregresi nilai-nilai residual terhadap variabel independen dengan persamaan regresi. Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan membandingkan nilai signifikansi variabel independen dengan nilai tingkat kepercayaan ( $\alpha = 0,05$ ). Apabila nilai signifikansi lebih besar dari nilai  $\alpha$  ( $\text{sig} > \alpha$ ), maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terdapat gejala heterokedastisitas.<sup>66</sup>

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini diolah dengan komputerisasi memakai program *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) for windows*. Peneliti menggunakan SPSS 21. Teknik analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan lebih dari satu variabel independen ( $X_1, X_2, X_3, X_4$  dan seterusnya).<sup>67</sup>

Persamaan dalam regresi linier berganda adalah:

$$Y = \alpha + b_1 x_1 + b_2 x_2$$

Keterangan:

---

<sup>66</sup> *Ibid*, hlm. 84

<sup>67</sup> Imam Ghozali, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Badana Penerbit Universitas Dipenogoro, 2011), hlm. 105-106

$Y$  = Variabel dependen (Minat nasabah)

$X_1$  = Variabel independen (kualitas pelayanan)

$X$  = Variabel independen (Literasi Keuangan)

$a$  = Konstanta (nilai  $Y$  apabila  $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$ )

$b_1$  = Koefisien regresi (Kualitas Pelayanan)

$b_2$  = Koefisien regresi (Literasi Keuangan)

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji F (Simultan)

Nilai statistik F adalah untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimaksudkan dalam persamaan regresi secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun untuk melakukan uji statistik tersebut adalah sebagai berikut:

##### 1) Menentukan $H_0$ (hipotesis nihil) dan $H_a$ (hipotesis alternatif)

$H_0$  : variabel bebas (independen) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen)

$H_a$  : variabel bebas (independen) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (dependen)

##### 2) Menentukan nilai $\alpha$ , yang dalam hal ini nilai alpha adalah sebesar 0.05 atau 5%. Untuk melakukan uji nilai F ini, peneliti akan

menggunakan *Statistic for Service Solution* (SPSS) 16 dan pada uji ini

$H_0$  akan ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $< 0,05$ .

b. Uji t

Untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial atau untuk mengetahui variabel mana yang lebih mempengaruhi keputusan menabung digunakan uji-t. dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut:

1) Tingkat Signifikan yang akan digunakan adalah 0,05 dengan kriteria

jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak.

2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha=0,05$ ), maka  $H_0$

diterima dan  $H_a$  ditolak.

Adapun untuk uji statistik tersebut adalah sebagai berikut:

a) Pengujian koefisien regresi variabel kualitas Pelayanan

$H_a$ : kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat nasabah.

$H_0$ : kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat nasabah.

b) Pengujian koefisien regresi variabel Literasi Keuangan

$H_a$ : Literasi Keuangan berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat nasabah.

$H_0$ : Literasi Keuangan tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat nasabah.

c. Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Koefisiensi determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). tujuannya adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai  $R^2$  maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.<sup>68</sup>

Setelah uji-uji teknik analisis regresi berganda. Teknik tersebut merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel bebas, kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ), terhadap minat nasabah (Y).

---

<sup>68</sup> *Ibid*, 228



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum *Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM)***

##### **1. Sejarah Singkat BTM Amanah Bina Insan Lampung Tengah**

Baitut Tamwil Muhammadiyah (BTM) Amanah Bangunrejo Lampung Tengah didirikan pada tanggal 10 Juni 2007 atas prakarsa Pimpinan Pemuda Muhammadiyah Cabang Bangunrejo Lampung Tengah. Pendirian BTM Amanah tersebut salah satunya dilatarbelakangi oleh adanya keinginan dari warga persyarikatan, khususnya para pemuda untuk memperoleh layanan jasa keuangan yang diselenggarakan dengan sistem syariah.

Pada awal pendirian jumlah anggota dan calon anggota BTM Amanah sebanyak 43 orang. Pada awal operasional, yaitu tanggal 1 Agustus 2007 jumlah anggota dan calon anggota bertambah menjadi 64 orang. Sampai saat ini jumlah anggota dan calon anggota terus mengalami peningkatan.

Sebagai satu-satunya Koperasi Jasa Keuangan yang diselenggarakan dengan sistem syariah di wilayah kecamatan Bangunrejo, maka BTM Amanah menjadi tolak ukur atau cerminan dalam penyelenggaraan sistem syariah. Oleh karena itu, Pengurus maupun pengelola BTM Amanah mempunyai tugas berat yaitu menjaga nama baik persyarikatan Muhammadiyah khususnya dan nama baik Islam pada umumnya. Sebagai realisasi dari komitmen tersebut, maka pengurus dan pengelola berusaha dengan sungguh-sungguh untuk

memberikan layanan kepada nasabah sesuai dengan sistem syariah, sehingga ada pembeda antara BTM Amanah dengan lembaga keuangan konvensional. Pengurus dan pengelola BTM Amanah harus berusaha dengan sungguh-sungguh menjaga kesehatan BTM Amanah untuk merespon kepercayaan yang telah diberikan oleh masyarakat.

## **2. Visi, Misi dan Tujuan**

### **a. VISI**

- 1) Menjadi Lembaga Keuangan Syariah yang terpercaya dan mampu membantu dalam mengatasi permodalan usaha
- 2) Menjadi fasilitator kewirausahaan di segala bidang industri sesuai kompetensi yang dimiliki oleh para Anggotanya

### **b. MISI**

- 1) Memberikan layanan yang terbaik dan memuaskan kepada para Anggota sesuai kebutuhan yang diperlukan
- 2) Menyediakan produk dan jasa pembiayaan yang komprehensif, kompetitif, mudah diperoleh serta aman
- 3) Menyelenggarakan aktivitas usaha yang dapat memberikan hasil usaha yang memberikan nilai lebih dan menguntungkan

### 3. Produk-produk BMT

#### a. Produk simpanan

##### 1) Wadiah

Produk simpanan yang di jalankan dengan akad wadhiah yaitu Titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya tanpa adanya bagi hasil.

##### 2) Mudharabah

###### a) Mudharabah berjangka 1 bulan

Produk Simpanan yang di jalankan dengan akad mudharabah dalam jangka waktu 1 bulan dengan nisbah bagi hasil 20:80

###### b) Mudharabah berjuangka 2 bulan

Produk Simpanan yang di jalankan dengan akad mudharabah dalam jangka waktu 2 bulan dengan nisbah bagi hasil 30:70

###### c) Mudharabah berjuangka 3 bulan

Produk Simpanan yang di jalankan dengan akad mudharabah dalam jangka waktu 3 bulan dengan nisbah bagi hasil 40:60

###### d) Mudharabah berjuangka 6 bulan

Produk Simpanan yang di jalankan dengan akad mudharabah dalam jangka waktu 6 bulan dengan nisbah bagi hasil 50:50

###### e) Mudharabah berjuangka 12 bulan

Produk Simpanan yang di jalankan dengan akad mudharabah dalam jangka waktu 12 bulan dengan nisbah bagi hasil 60:40

## **b. Produk pembiayaan syariah**

### **1) Pembiayaan Mudharabah**

Pembiayaan dengan Akad pembiayaan yang dilakukan oleh pihak BTM untuk membiayai 100% kebutuhan dana dari suatu proyek/usaha Anggota, sementara Anggota sesuai dengan keahlian yang dimilikinya akan menjalankan proyek/usaha tersebut dengan sebaik-baiknya dan bertanggungjawab atas kerugian yang mungkin terjadi.

### **2) Pembiayaan Musyarakah**

Pembiayaan dengan Akad kerjasama antara BTM dengan Anggota untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan keuntungan dan resiko akan di tanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

### **3) Pembiayaan Murabahah**

Pembiayaan dengan Akad jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati antara pihak BTM dan calon anggota.

### **4) Pembiayaan Al Qardh**

Pembiayaan dengan Akad pinjaman kepada [Anggota](#) dengan ketentuan bahwa Anggota wajib mengembalikan [dana](#) yang

diterimanya kepada BTM pada waktu yang telah disepakati tanpa adanya tambahan atau keuntungan.

5) Pembiayaan Qardhul Hasan

Pembiayaan dengan Akad pembiayaan antara BTM dengan anggota yang kurang mampu, untuk modal usaha dan tidak wajib mengembalikan dana tersebut.

6) Pembiayaan Ijarah :

Pembiayaan dengan Akad antara BTM dengan Anggota untuk menyewa suatu barang/objek sewa milik BTM dan BTM mendapat imbalan jasa atas barang yang disewanya, dan diakhiri dengan pembelian obyek sewa oleh nasabah.

7) Pembiayaan Istishna

Pembiayaan dengan Akad jual beli dalam bentuk pesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara BTM dan Anggota.

8) Pembiayaan Salam

Pembiayaan dengan akad jual beli barang pesanan dengan penangguhan pengiriman barang dan pelunasannya dilakukan sebelum barang pesanan tersebut diterima oleh anggota, sesuai dengan syarat-syarat tertentu.

9) Pembiayaan Ba'i Bi Tsaman 'Anjil

Pembiayaan yang berakad jual beli dimana suatu perjanjian yang disepakati antara BTM dan Anggotanya, BTM menyediakan dananya untuk sebuah investasi dan atau pembelian barang modal dan usaha Anggotanya yang kemudian proses pembayarannya dilakukan secara mencicil atau angsuran.

#### 4. Struktur Organisasi Pengurus BMT



#### 5. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah BTM Amanah Bina Insan Lampung Tengah, responden yang menjadi penelitian ini berjumlah 100 orang. Ini sesuai dengan metode pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu dengan teknik *random sampling*. Berdasarkan data 100 responden, melalui daftar pernyataan terhadap apakah nasabah yang

menggunakan jasa BTM berdasarkan jenis kelamin, umur dan pekerjaan. Penggolongan yang dilakukan pada responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas dan akurat mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian ini. Gambaran umum responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

**a. Jenis kelamin**

Adapun data mengenai apakah responden nasabah tabungan berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
1.	Laki-Laki	38	38%
2.	Perempuan	62	62%
Total		100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui tentang jenis kelamin nasabah BTM yang menggunakan jasa BTM Amanah Bina Insan Bangunrejo Lampung Tengah yang diambil sebagai responden. Jenis kelamin yang paling banyak adalah jenis kelamin perempuan berjumlah 62 orang atau sebesar 62% dan laki-laki berjumlah 38 orang atau sebesar 38%. Dari keterangan diatas menunjukan bahwa sebagian besar nasabah

yang menjadi responden dalam penelitian ini dan nasabah yang menabung di BTM Amanah Bina Insan adalah perempuan.

#### **b. Umur**

Adapun data mengenai apakah responden nasabah tabungan berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Nasabah**

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	20-35	12	12%
2	35-45	43	43%
3	>45	45	45%
Total		100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui tentang nasabah berdasarkan umur terlihat bahwa 12 responden berusia 20-35 tahun sebesar (12%), 43 responden yang berusia antara 35-45 tahun sebesar (43%) dan 45 responden yang berusia lebih dari 45 tahun sebesar (45%). Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa nasabah yang berminat menggunakan jasa BTM Amanah Bina Insan yaitu yang berusia lebih dari 45 tahun sebesar 45%.



### c. Pekerjaan

Adapun data mengenai apakah responden nasabah tabungan berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Nasabah**

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pegawai Swasta	5	5%
2	Petani	45	45%
3	Pedagang	50	50%
Total		100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui tentang nasabah berdasarkan pekerjaan terlihat bahwa 5 responden berprofesi sebagai pegawai swasta sebesar (5%), 45 responden yang berprofesi sebagai petani dengan persentase sebesar (45%) dan 50 responden yang berprofesi pedagang dengan persentase sebesar (50%). Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa nasabah yang berminat menggunakan jasa

BTM Amanah Bina Insan yaitu yang berusia lebih dari 45 tahun sebesar 45%.

## **B. Deskripsi Penelitian**

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Literasi Keuangan Terhadap Pertumbuhan Nasabah pada BTM Amanah Bina Insan Bangunrejo Lampung Tengah**

### **1. Gambaran Distribusi Jawaban Responden**

#### **a. Variabel $X_1$ (Kualitas Pelayanan)**

**Tabel 4.4**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Kegiatan Administrasi Pembiayaan Jelas dan Cepat**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
<b>Sangat Setuju</b>	15	15%
<b>Setuju</b>	36	36%
<b>Ragu-Ragu</b>	38	38%
<b>Tidak Setuju</b>	11	11%
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	0	0%
<b>Jumlah</b>	100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 38% menyatakan ragu-ragu dengan pernyataan kegiatan administrasi pembiayaan mudah dan cepat diikuti dengan 36% yang menyatakan setuju dan sebagian lagi menyatakan sangat setuju. Hal ini menjelaskan bahwa masih terdapat keraguan pada masyarakat terhadap kegiatan administrasi pembiayaan yang cepat.

**Tabel 4.5**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Karyawan**  
**Membantu Permasalahan Nasabah Dalam Bertransaksi**

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	9	9%
Setuju	43	43%
Ragu-Ragu	36	36%
Tidak Setuju	12	12%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 43% menyatakan setuju dengan pernyataan karyawan membantu permasalahan nasabah dalam bertransaksi diikuti dengan 36% yang menyatakan ragu-ragu dan sebagian lagi menyatakan tidak setuju. Hal ini

menjelaskan bahwa karyawan membantu permasalahan nasabah dalam bertransaksi.

**Tabel 4.6**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Karyawan**  
**Memberikan Tanggapan yang Baik dan Cepat Terhadap Pertanyaan/**  
**Masalah Nasabah**

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	14	14%
Setuju	45	45%
Ragu-Ragu	33	33%
Tidak Setuju	8	8%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 45% menyatakan setuju dengan pernyataan karyawan memberikan tanggapan yang baik dan tepat terhadap pertanyaan nasabah diikuti dengan 33% yang menyatakan ragu-ragu dan sebagian lagi menyatakan sangat setuju. Hal ini menjelaskan bahwa karyawan memberikan

tanggapan yang baik dan membuat masyarakat berminat menggunakan BTM.

**Tabel 4.7**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Karyawan memiliki sifat jujur, sopan, ramah, dan bisa dipercaya**

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	14	14%
Setuju	36	36%
Ragu-Ragu	35	35%
Tidak Setuju	15	15%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 36% menyatakan setuju dengan pernyataan karyawan mempunyai sifat jujur, sopan, ramah ,dan dapat di percaya, diikuti dengan 35% yang menyatakan ragu-ragu dan sebagian lagi menyatakan tidak setuju. Hal ini menjelaskan bahwa karyawan mempunyai sifat jujur, sopan, ramah ,dan

dapat di percaya dan membuat masyarakat berminat menggunakan BTM..

**Tabel 4.8**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan karyawan**  
**mempunyai pemahaman, pengetahuan yang luas dan cakap dalam**  
**menjalankannya produk yang ada di produk BTM.**

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	15	15%
Setuju	39	39%
Ragu-Ragu	37	37%
Tidak Setuju	9	9%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	95	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 39% menyatakan setuju dengan pernyataan karyawan mempunyai pemahaman, pengetahuan yang luas dan cakap dalam menjalankannya produk yang ada diikuti dengan 37% yang menyatakan ragu-ragu dan sebagian lagi menyatakan sangat setuju. Hal ini menjelaskan bahwa karyawan

mempunyai pemahaman, pengetahuan yang luas dan cakap dalam menjalankannya produk yang ada kepada nasabah.

**Tabel 4.9**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Karyawan Bersifat empatik Terhadap Permasalahan Yang Dihadapi Nasabah**

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	6	6%
Setuju	43	43%
Ragu-Ragu	38	38%
Tidak Setuju	13	13%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 43% menyatakan setuju dengan pernyataan karyawan bersifat empatik terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah diikuti dengan 38% yang menyatakan ragu-ragu dan sebagian lagi menyatakan tidak setuju. Hal ini menjelaskan bahwa karyawan bersifat empatik terhadap permasalahan

yang dihadapi nasabah dan membuat masyarakat berminat menggunakan BTM.

**Tabel 4.10**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan BTM Memiliki Ruang Pelayanan dan Ruang Tunggu Yang Nyaman**

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	11	11%
Setuju	40	40%
Ragu-Ragu	38	38%
Tidak Setuju	11	11%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 40% menyatakan setuju dengan pernyataan BTM memiliki ruang pelayanan dan ruang tunggu yang nyaman diikuti dengan 38% yang menyatakan ragu-ragu dan sebagian lagi menyatakan tidak setuju. Hal ini menjelaskan



BTM memiliki ruang pelayanan dan ruang tunggu yang nyaman dan membuat masyarakat berminat menggunakan BTM.

**Tabel 4.11**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Lokasi BTM Berada Ditempat yang Strategis dan Mudah Dijangkau**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
<b>Sangat Setuju</b>	16	16%
<b>Setuju</b>	35	35%
<b>Ragu-Ragu</b>	34	34%
<b>Tidak Setuju</b>	15	15%
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	0	0%
<b>Jumlah</b>	100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 35% menyatakan setuju dengan pernyataan karyawan mempunyai pengetahuan dan wawasan yang luas dalam menjalankannya diikuti dengan 34% yang menyatakan ragu-ragu dan sebagian lagi menyatakan

sangat setuju. Hal ini menjelaskan bahwa lokasi BTM berada di tempat yang strategis dan membuat masyarakat berminat menggunakan BTM.

**Tabel 4.12**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Karyawan Berpenampilan Rapi, Sopan dan Santun**

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	13	13%
Setuju	39	39%
Ragu-Ragu	38	38%
Tidak Setuju	10	10%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 39% menyatakan setuju dengan pernyataan karyawan berpenampilan rapi, sopan dan santun diikuti dengan 38% yang menyatakan ragu-ragu dan sebagian lagi menyatakan sangat setuju. Hal ini menjelaskan bahwa

karyawan yang berpenampilan rapi dapat meningkatkan minat menjadi nasabah di BTM tersebut.

**Tabel 4.13**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Karyawan Bersikap Adil dalam Melayani Semua Nasabah**

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	12	12%
Setuju	50	50%
Ragu-Ragu	27	27%
Tidak Setuju	11	11%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 50% menyatakan setuju dengan pernyataan karyawan bersifat adil dalam melayani nasabah diikuti dengan 27% yang menyatakan ragu-ragu dan

sebagian lagi menyatakan sangat setuju. Hal ini menjelaskan bahwa karyawan BTM memiliki sifat adil dalam melayani nasabah.

**b. Variabel  $X_2$  (Literasi Keuangan)**

Distribusi jawaban responden berdasarkan variabel Literasi Keuangan dapat dilihat berdasarkan tabel berikut :

**Tabel 4.14**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya paham akan pengetahuan keuangan**

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	18	18%
Setuju	27	27%
Ragu-Ragu	23	23%
Tidak Setuju	25	25%
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah	100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 27% menyatakan setuju pengetahuan keuangan sangat bermanfaat bagi anda diikuti dengan 25% yang menyatakan Kurang setuju dan sebagian lagi menyatakan ragu ragu. Hal ini menjelaskan bahwa pengetahuan keuangan sangat bermanfaat bagi para nasabah.

**Tabel 4.15**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya**  
**mengeluarkan uang sesuai dengan kebutuhan**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
<b>Sangat Setuju</b>	13	13%
<b>Setuju</b>	29	29%
<b>Ragu-Ragu</b>	39	39%
<b>Tidak Setuju</b>	14	14%
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	5	5%
<b>Jumlah</b>	100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 39% menyatakan ragu-ragu atau kurang setuju untuk mengeluarkan uang sesuai dengan kebutuhan diikuti dengan 29% yang menyatakan setuju dan sebagian lagi menyatakan kurang setuju. Hal ini menjelaskan bahwa

masih terdapat ketidak tahuan masyarakat dalam memahami produk yang di tawarkan.

**Tabel 4.16**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya selalu menyisihkan uang untuk di tabung dan investasi**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
<b>Sangat Setuju</b>	17	17%
<b>Setuju</b>	38	38%
<b>Ragu-Ragu</b>	29	29%
<b>Tidak Setuju</b>	14	14%
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	2	2%
<b>Jumlah</b>	100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 38% menyatakan setuju dengan pertamyaan selalu menyisihkan uang untuk ditabung diikuti dengan 29% yang menyatakan ragu-ragu dan

sebagian lagi menyatakan sangat setuju. Hal ini menjelaskan bahwa masyarakat sudah sadar pentingnya menabung dan berinvestasi.

**Tabel 4.17**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya selalu mendahulukan kebutuhan dibandingkan keinginan**

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	8	8%
Setuju	35	35%
Ragu-Ragu	40	40%
Tidak Setuju	14	14%
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Jumlah	100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 35% menyatakan mendahulukan kebutuhan dibandingkan keinginan diikuti dengan 40% yang menyatakan ragu-ragu dan sebagian lagi

menyatakan kurang setuju. Hal ini menjelaskan bahwa masyarakat sudah mulai mementingkan kebutuhan di bandingkan keinginan.

**Tabel 4.18**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan saya merancang dan mengelola keuangan dengan baik**

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	23	23%
Setuju	44	44%
Ragu-Ragu	33	33%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 44% menyatakan bahwa saya sudah mengelola keuangan dengan baik diikuti dengan 33% yang menyatakan ragu-ragu dan sebagian lagi menyatakan sangat setuju. Hal ini menjelaskan bahwa masyarakat sudah dapat mengelola keuangannya dengan baik.

**Tabel 4.19**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya merancang keuangan untuk masa depan**

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	11	11%



<b>Setuju</b>	42	42%
<b>Ragu-Ragu</b>	31	31%
<b>Tidak Setuju</b>	16	16%
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	0	0%
<b>Jumlah</b>	100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 42% menyatakan setuju merancang keuangan untuk masa depan diikuti dengan 31% yang menyatakan ragu-ragu dan sebagian lagi menyatakan tidak setuju dan sebagian lagi menyatakan sangat setuju. Hal ini menjelaskan bahwa masyarakat sudah mempersiapkan keuangan untuk masa depan.

**Tabel 4.20**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Saya sadar**  
**keuangan perlu direncanakan dengan baik**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
<b>Sangat Setuju</b>	8	8%
<b>Setuju</b>	39	39%
<b>Ragu-Ragu</b>	35	35%
<b>Tidak Setuju</b>	18	18%
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	0	0%
<b>Jumlah</b>	100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 39% menyatakan sadar bahwa keuangan perlu direncanakan diikuti dengan 35% yang menyatakan ragu-ragu dan sebagian lagi menyatakan tidak setuju. Hal ini menjelaskan bahwa masyarakat memahami bahwa keuangan harus direncanakan dengan sebaik mungkin.

**c. Variabel Y (Minat Nasabah)**

**Tabel 4.21**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan**  
**Karyawan memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan nasabah**  
**yang bertransaksi**

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	15	15%
Setuju	41	41%
Ragu-Ragu	33	33%
Tidak Setuju	11	11%
Sangat Tidak Setuju	0	0%

<b>Jumlah</b>	100	100%
---------------	-----	------

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 41% menyatakan setuju dengan pernyataan karyawan memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan nasabah diikuti dengan 33% menyatakan ragu-ragu dan sebagian lagi menyatakan sangat setuju. Hal ini menjelaskan bahwa karyawan sudah memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan nasabah yang bertransaksi

**Tabel 4.22**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan Sarana BTM yang lengkap serta menarik minat para nasabah**

<b>Jawaban Responden</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>
<b>Sangat Setuju</b>	17	17%
<b>Setuju</b>	41	41%
<b>Ragu-Ragu</b>	33	33%
<b>Tidak Setuju</b>	9	9%
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	0	0%
<b>Jumlah</b>	100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 41% menyatakan setuju dengan pernyataan sarana BTM lengkap serta menarik diikuti dengan 33% menyatakan ragu-ragu dan sebagian lagi

menyatakan sangat setuju. Hal ini menjelaskan bahwa nasabah berminat menggunakan jasa BTM karena sarana yang ada di BTM lengkap serta menarik

**Tabel 4.23**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan**  
**Saya tertarik menjadi nasabah di BTM karna promosi yang dilakukan**

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	12	12%
Setuju	37	37%
Ragu-Ragu	39	39%
Tidak Setuju	12	12%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 39% menyatakan ragu dengan pernyataan tertarik menjadi nasabah di BTM karena promosi yang di lakukan diikuti dengan 37% menyatakan

setuju dan sebagian lagi menyatakan sangat setuju. Hal ini menjelaskan bahwa nasabah masih ragu ragu menjadi nasabah BTM karena promosi yang di lakukan.

**Tabel 4.24**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pernyataan**  
**Saya berminat memilih produk BTM karena saya membutuhkannya**

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	14	14%
Setuju	39	39%
Ragu-Ragu	33	33%
Tidak Setuju	14	14%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	100	100%

*Sumber : data primer diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu 39% menyatakan setuju dengan pernyataan berminat menggunakan BTM karena membutuhkan diikuti dengan 33% menyatakan ragu-ragu dan

sebagian lagi menyatakan sangat setuju. Hal ini menjelaskan bahwa nasabah berminat menggunakan jasa BTM karena membutuhkannya.

#### d. Teknik Analisis Data

##### 1) Uji Validitas

Validitas adalah kebenaran dan keabsahan instrumen penelitian yang digunakan. Setiap penelitian selalu dipertanyakan mengenai validitas alat yang digunakan. Suatu alat pengukuran dikatakan valid jika alat itu dipakai untuk mengukur sesuai dengan kegunaannya.<sup>69</sup>

Hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Jika pada tingkat signifikansi 5% nilai  $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$  maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen valid.<sup>70</sup> Dalam penelitian ini  $r_{\text{tabel}}$  diperoleh dari signifikansi yang sebesar 0,05 atau 5% dan  $n=100$ , sehingga nilai  $r_{\text{tabel}}$  adalah 0,195. Berikut adalah hasil dari uji validitas:

**Tabel 4.25**  
**Uji Validitas Variabel X<sub>1</sub>**

Item	$r_{\text{hitung}}$	$r_{\text{tabel}}$	Kesimpulan
Pertanyaan			

---

<sup>69</sup>Moh. Prabundu Tika, *Loc. Cit*, hlm. 65

<sup>70</sup>Sugiyono, *Loc. Cit*, hlm. 121

Item 1	0,494	0,195	Valid
Item 2	0,572	0,195	Valid
Item 3	0,521	0,195	Valid
Item 4	0,636	0,195	Valid
Item 5	0,632	0,195	Valid
Item 6	0,342	0,195	Valid
Item 7	0,423	0,195	Valid
Item 8	0,637	0,195	Valid
Item 9	0,642	0,195	Valid
Item 10	0,342	0,195	Valid

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan tabel diatas, menunjukan bahwa seluruh item pertanyaan kualitas produk dalam kuesioner mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yaitu 0,195 maka pertanyaan valid.

**Tabel 4.26**  
**Uji Validitas Variabel X<sub>2</sub>**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimpulan
Item 1	0,673	0,195	Valid
Item 2	0,652	0,195	Valid

Item 3	0,687	0,195	Valid
Item 4	0,566	0,195	Valid
Item 5	0,529	0,195	Valid
Item 6	0,347	0,195	Valid
Item 7	0,398	0,195	Valid

Sumber : data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel diatas, menunjukan bahwa seluruh item pertanyaan kualitas pelayanan dalam kuesioner mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yaitu 0,195 maka pertanyaan valid.

**Tabel 4.27**  
**Uji Validitas Variabel Y**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimpulan
Item 1	0,490	0,195	Valid
Item 2	0,628	0,195	Valid
Item 3	0,647	0,195	Valid
Item 4	0,621	0,195	Valid

Sumber : Data Primer diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel diatas, menunjukan bahwa seluruh item pertanyaan keputusan menabung dalam kuesioner mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yaitu 0,195 maka pertanyaan valid.



## 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memenuhi *cronbach alpha* > 0,60. Perhitungan nilai koefisien untuk instrumen penelitian yang digunakan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.28**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Reliability Coefficients	Cronbach Alpha	Keterangan
X <sub>1</sub>	10 item	0,71	Reliabel
X <sub>2</sub>	7 item	0,65	Reliabel
Y	4 item	0,69	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa masing-masing variabel mempunyai *cronbach alpha* > 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian tersebut dinyatakan reliabel.

## 3) Uji Asumsi Klasik

### a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengujinya dapat digunakan uji *Kolmogrov Smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak adalah dengan menentukan nilai signifikannya. Jika signifikan  $> 0,05$  maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan  $< 0,05$  maka variabel tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas (uji *Kolmogrov-Smirnov*) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.29**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**(Uji *Kolmogrov-Smirnov*)**

Sampel	Nilai <i>Smirnov Z</i>	Signifikansi
100	0833	0,491

Sumber : Data Primer diolah tahun 2017

Berdasarkan hasil diatas diketahui bahwa nilai signifikan sebesar  $0,491 > 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

**b) Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *variance inflation factor* (FIV) dan nilai *tolerance*. Multikolinieritas terjadi jika nilai *tolerance*  $< 0,10$  atau sama dengan  $VIF > 10$ . Jika nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikorelasi). Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.30**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**(Uji *Tolerance* dan VIF)**

<b>Variabel Independen</b>	<b><i>Tolerance</i></b>	<b>VIF</b>
Kualitas pelayanan	0.852	1.173
Literasi keuangan	0.852	1.173

*Sumber : data primer diolah tahun 2017*

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa nilai *tolerance* sebesar  $0,852 > 0,10$ , sementara nilai VIF sebesar  $1,173 < 10,00$  sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

#### c) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu

pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas.

Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan membandingkan nilai signifikansi variabel independen dengan nilai tingkat kepercayaan ( $\alpha = 0,05$ ). Apabila nilai signifikansi lebih besar dari nilai  $\alpha$  ( $\text{sig} > \alpha$ ), maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

Untuk menguji ada tidaknya heterokedastisitas digunakan uji *glejser* yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.31**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**  
**(Uji *Glejser*)**

Sampel	Variabel	Signifikansi
100	Kualitas Pelayanan	0.733
	Literasi Keuangan	0.557

Sumber : data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel kualitas produk sebesar  $0,733 > 0,05$ , dan nilai signifikansi untuk variabel kualitas pelayanan sebesar  $0,557 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

#### d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mendeteksi apakah variabel pengganggu pada suatu periode berkorelasi atau tidak berkorelasi dengan variabel pengganggu lainnya. Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.32**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.607 <sup>a</sup>	.369	.356	1.676	1.923

Sumber : data primer diolah tahun 2017

- Predictors : (Constant), Kualitas pelayanan, Literasi Keuangan
- Dependent Variable : Pertumbuhan Nasabah

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dikatakan ada problem autokorelasi.

Dari hasil pengujian dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* atas residual persamaan regresi diperoleh, nilai *Durbin-Watson* 1.923 dengan jumlah variabel bebas ( $k$ ) = 2, sample ( $n$ ) = 100

dan  $dl = 1.634$ ,  $du = 1.923$ . Maka  $du < dw < 4-du$ , Sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

#### e) Teknik Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan penelitian untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (di naik turunkan) nilainya, jadi analisis regresi berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.<sup>71</sup>

Regresi linier berganda digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana:

$Y$  = Minat Nasabah

$X_1$  = Kualitas Pelayanan

$X_2$  = Literasi Keuangan

$b_1$  = Koefisien Kualitas Pelayanan

$b_2$  = koefisien Literasi Keuangan

$a$  = Konstanta

---

<sup>71</sup>Wiratna Sujarweni, *Op.Cit*, Hlm. 160

$e$  = standar eror

**Tabel 4.33**  
**Hasil Uji Regresi Berganda**  
**coefficients<sub>a</sub>**

<b>Variabel</b>	<b>Koefisien Regresi (B)</b>	<b>T Hitung</b>	<b>Sig</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Constant</b>	<b>3,122</b>	<b>2,139</b>	<b>0,035</b>	<b>-</b>
<b>Kualitas Pelayanan</b>	<b>0,227</b>	<b>5,614</b>	<b>0,000</b>	<b>Ha Diterima</b>
<b>Literasi Keuangan</b>	<b>0,118</b>	<b>2,478</b>	<b>0,015</b>	<b>Ha Diterima</b>

Dependent Variable : Minat Nasabah

*Sumber : Data Primer diolah tahun 2017*

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa persamaan regresi yang didapatkan dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut :  $Y = 3,122 + (0,227 X_1) + (0,119 X_2) + e$

Berdasarkan regresi diatas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 3,122 menunjukkan besarnya minat nasabah adalah 3,122 jika variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), literasi keuangan ( $X_2$ ) adalah 0 (nol).
2. Berdasarkan persamaan koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), mempunyai arah regresi positif dengan pertumbuhan nasabah yaitu  $B = 0,227$  yang berarti bahwa apabila kualitas produk mengalami peningkatan 1% maka keputusan menabung akan meningkat sebesar 22% dengan asumsi variabel independen yang lain konstan.
3. Berdasarkan persamaan koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan ( $X_2$ ) mempunyai arah regresi positif dengan minat nasabah  $B = 0,119$  yang berarti bahwa apabila kualitas pelayanan mengalami peningkatan 1% maka keputusan menabung akan mengalami peningkatan 11% dengan asumsi variabel yang lain konstan.

#### 4) Hipotesis



#### a) Uji F (Simultan)

Uji simultan digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikat dengan menggunakan nilai probabilitas (*sig*). Kriteria pengujian simultan pada skripsi ini yaitu jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen sedangkan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian simultan pada skripsi ini menggunakan SPSS 20.00 *for windows*. Hasil uji F dapat dilihat pada output ANOVA berikut ini.

**Tabel 4.34**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	159.369	2	79.685	28.351	.000 <sup>a</sup>
Residual	272.631	97	2.811		
Total	432.000	99			

a.Predictors : (Constant), Kualitas Pelayanan, Literasi Keuangan

bDependen Variabel Peningkatan Jumlah Nasabah

*Sumber : Data primer diolah tahun 2017*

Berdasarkan data pada kolom F diatas nilai  $F_{hitung}$  adalah 28.351, sedangkan pada  $F_{tabel}$  diperoleh  $F_{tabel} = F(k; n-k) = F(2; 97)$  dan menghasilkan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,09 maka nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara simultan antara variabel independen  $(X_1, X_2)$  terhadap variabel dependen (Y).

#### b) Uji t (Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi pada reputasi bank syariah dan inovasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung mahasiswa pada bank syariah. dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Tingkat signifikansi yang akan digunakan adalah 0.05 dengan kriteria jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
2. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Sebelum menyimpulkan hipotesis yang diterima atau ditolak, terlebih dahulu menentukan t tabel dengan tingkat signifikansi 5% :2 = 0,025 (uji 2 sisi) dan derajat kebebasan ( $df$ )  $n-k-1$  atau  $100-2-1= 97$  dengan pengujian dua sisi tersebut hasil yang diperoleh untuk t tabel sebesar 1,984.

**Tabel 4.35**  
**Hasil Uji t**  
**Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Pada BTM Amanah Bina Insan**  
**Lampung Tengah**

Variabel	Koefisien Regresi (B)	T hitung	Sig	Keterangan
Constant	3,122	2,139	0,035	-
Kualitas Pelayanan	0,227	5,614	0,000	Ha Diterima

Dependent Variable : Minat Nasabah

*Sumber : Data Primer diolah tahun 2017*

Berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai koefisien regresi (B) sebesar 0, 227 dan nilai t hitung sebesar 5,614 dengan nilai sig 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $5,614 > 1,984$  maka  $H_a$  diterima sehingga variabel kualitas produk secara statistik dengan ( $\alpha = 5\%$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan ( $0,000 < 0,05$ ).

**Tabel 4.36**  
**Hasil Uji t**  
**Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Nasabah Pada BTM Amanah**  
**Bina Insan Lampung Tengah**

Variabel	Koefisien	T hitung	Sig	Keterangan
----------	-----------	----------	-----	------------

	Regresi (B)			
Constant	3,122	2,139	0,035	-
Literasi keuangan	0,118	2,478	0,015	Ha Diterima

Dependent Variable : Minat Nasabah

Sumber : Data Primer diolah tahun 2017

Berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,118 dan nilai t hitung sebesar 2,478 dengan sig 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $2,478 > 1,984$ , maka  $H_a$  diterima sehingga variabel kualitas pelayanan secara statistik dengan ( $\alpha = 5\%$ ) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan ( $0,000 < 0,05$ ).

#### c) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisiensi determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). tujuannya adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai  $R^2$  maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

**Tabel 4.37**  
**Hasil Uji Determinasi**

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.607 <sup>a</sup>	.369	.356	1.676

- a. Predictors : (Constant), Kualitas Pelayanan, Literasi Keuangan
- b. Dependent Variable : Minat Nasabah

*Sumber : Data primer diolah tahun 2017*

Tabel diatas menjelaskan besarnya koefisien determinasi atau adjust  $R^2$  yaitu sebesar 0,369 hal tersebut menunjukan bahwa 36,9 % variabel Pertumbuhan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan Literasi Keuangan. Sedangkan sisanya (100%-36,9 %) adalah 63,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar persamaan tersebut diatas

### C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan jasa BMT.

#### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan.Terhadap Minat Nasabah di BTM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas Pelayanan diperoleh nilai t hitung sebesar 5,614 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0.227, yang artinya kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Minat nasabah pada BTM Amanah Bina Insan Lampung Tengah. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat nasabah pada BTM Amanah Bina Insan Lampung Tengah

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat nasabah pada BTM Amanah Bina Insan Lampung Tengah. Hal ini dikarenakan dari hasil kusioner yang disebar dengan 10 item pertanyaan tentang kualitas Pelayanan dimana 9 item menyatakan setuju dapat diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab setuju. Dimana 43% menjawab setuju pada pernyataan Karyawan BMT meluangkan waktu khusus untuk membantu permasalahan nasabah dalam bertransaksi ada selanjutnya, 45% menjawab setuju Karyawan memberikan tanggapan yang baik dan cepat terhadap pertanyaan/ masalah nasabah, 36% Karyawan memiliki sifat jujur, sopan, ramah, dan bisa dipercaya selanjutnya 39% menjawab karyawan mempunyai pemahaman, pengetahuan yang luas dan cakap dalam menjalankanya produk yang ada BTM, 43% menjawab setuju Karyawan bersikap empati terhadap permasalahan yang dihadapi nasabah selanjutnya 40% menjawab BTM memiliki ruang pelayanan dan ruang tunggu yang nyaman selanjutnya 35% menjawab Lokasi BTM berada di tempat yang strategis dan mudah dijangkau, selanjutnya 39% menjawab Karyawan berpenampilan rapi, sopan dan santun

dan 50% menjawab Karyawan bersikap adil dalam melayani semua nasabah yang datang tanpa membedakan

Hasil tersebut menjelaskan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju pada variabel kualitas Pelayanan, yang artinya persepsi nasabah terhadap BTM yaitu memiliki kualitas Pelayanan. Sehingga dengan kualitas Pelayanan yang dimiliki BTM mempengaruhi Minat nasabah pada BTM.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Muh Riski Adi Hermawan dengan judul penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di bank syariah, menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah salah satu diantaranya adalah pelayanan dan kualitas produk perbankan.

## **2. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Nasabah Pada BTM.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar 2,478 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,118, yang artinya Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat nasabah pada BTM Amanah Bina Insan Lampung Tengah. Maka hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan nasabah pada BTM Amanah Bina Insan Lampung Tengah diterima.

Dari hasil penelitian ini menunjukan bahwa Literasi Keuangan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat nasabah pada

BTM Amanah Bina Insan Lampung Tengah.. Hal ini bisa disebabkan karena responden sebagian besar setuju akan Literasi Keuangan yang dilakukan BTM, hal tersebut dapat dilihat dari hasil kuesioner yang disebar dengan 7 item dengan 5 item menyatakan setuju pernyataan tentang Literasi Keuangan dapat diketahui distribusi jawaban pada kuesioner, 27% menjawab setuju bahwa pengetahuan keuangan sangat bermanfaat bagi anda, 38% menjawab setuju berminat memilih produk BTM karena lebih baik dari yang lain, 44% menjawab setuju bahwa anda paham setiap produk yang akan dipilih, 42% menjawab setuju bahwa produk yang ada di BTM sangat membantu kebutuhan dan kerja anda 39% menjawab setuju bahwa anda menabung di BTM menguntungkan.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muchamad Rifa'i juga menyatakan dalam judul penelitian pengaruh kualitas pelayanan, literasi keuangan dan motivasi orang tua terhadap minat menabung santri pondok pesantren sunan pandadaran faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah salah satunya adalah Literasi Keuangan yang dilakukan lembaga keuangan untuk meningkatkan jumlah nasabah.



## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, pengujian hipotesis analisis dan pembahasan hasil tentang pengaruh kualitas pelayanan dan literasi keuangan terhadap Minat Menjadi nasabah (studi pada KSPPS BTM Amanah Bina Insan Bangunrejo Lampung Tengah), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan koefisien regresi kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Menjadi nasabah BTM Amanah Bina Insan. Berdasarkan hipotesis yang diajukan yaitu  $H_a$  kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menjadi nasabah BTM sama dengan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan  $H_a$  diterima. maka semakin baik kualitas pelayanan maka akan meningkatnya jumlah Minat Menjadi nasabah BTM.
2. Berdasarkan koefisien regresi literasi keuangan secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Menjadi nasabah BTM Amanah Bina Insan Berdasarkan hipotesis yang diajukan yaitu  $H_a$  literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menjadi nasabah BTM Amanah Bina Insan sama dengan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan  $H_a$  diterima.

## **B. Saran**

1. Bagi BTM Amanah Bina insan untuk meningkatkan jumlah nasabah maka harus memperhatikan variabel yang berpengaruh terhadap jumlah nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan literasi keuangan berpengaruh tetapi tidak terlalu besar terhadap minat nasabah, sebaiknya BTM harus konsisten dalam menjaga kualitas pelayanan dan literasi keuangan dan menemukan inovasi-inovasi yang sesuai dengan keinginan calon nasabah dan menjaga kualitas pelayanan yang sudah ada sehingga dapat meningkatkan perasaan tertarik dan puas nasabah terhadap BTM,
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat terus mengembangkan penelitian ini. Penelitian menggunakan dua variabel bebas (kualitas pelayanan dan literasi keuangan) untuk mengukur minat nasabah, dalam variabel 5 indikator dari 8 indikator yang digunakan dalam penelitian sehingga bagi peneliti selanjutnya dapat menyempurnakan penelitian ini untuk kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abi mantra, dkk, *analisis factor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih menabung di bank syariah*, vol 15 oktober, ISSN. 1858-2559
- Agustianto, "Membangun Literasi Keuangan Syariah" bag2, <http://www.agustiantocentre.com/?p=1674>, "diakses pada" 11 oktober 2017.
- Albert Kurniawan, *metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Dedi Trisnadi, dkk. *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali Di Cimb Niaga*, Jurnal MIX, Volume 6 No. 3, Oktober 2013
- Djali, *Psikolog Pendidikan*, (Jakarta, Bumi Aksara. 2013)
- Duwi Priyanto, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2010),
- E. Desi Arista, Sri Rahayu, *Analisis Pengaruh Iklan , Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen*, Jurnal Aset ISSN Vol No 1, Fakultas ekonomi, Volume 17, Nomor 1, Maret 2015
- Fandy Tjiptono Dan Gregorius Chandra, *Service, Quality Dan Satisfication*, (Yogyakarta: Andi, 2005).
- Farah Margaretha, Reza Arief Pambudhi, *Tingkat literasi keuangan pada mahasiswa s-1*
- Heri Setiawan, Dkk. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*, Jurnal Of Management Volume 2 No. 02 Maret 2016.
- Huda, Nurul dan mohammad heykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*, Edisi 1, Cetakan ke-1 (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010)
- Hutomo Rusdianto, Chanafi Ibrahim, *Pengaruh Produk Bank Syariah Terdap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati*, Jurnal Ekonomi Syariah Vol 4 No 1, 2016.
- [Ikhsanalqadr.blogspot.co.id/2012/10/kepercayaan-nasabah.html?m=1](http://Ikhsanalqadr.blogspot.co.id/2012/10/kepercayaan-nasabah.html?m=1)

Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Cetakanke VII (Semarang: Badan Penerbit Uनेversitas Diponegoro, 2011),

Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2005),

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 jilid 1*, Erlangga; 2008,

Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004),

Moh.Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta :Bumi Aksara, 2006),

Muh Riski Adi Hermawan, *faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi nasabah di bank syariah*, (skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015).

NurulZuriah, *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan* (Jakarta: Bumi Reksa, 2007)

Otoritas Jasa Keuangan, “Literasi, Edukasi, dan Inklusi Keuangan”, Direktorat Literasi dan Edukasi (2014)

Pengurus KSPPS BTM Amanah Bina Insan, *Laporan Keuangan Tahunan BTM Amanah Bina Insan Bangunrejo Lampung Tengah*

Pusat pembinaan dan pengembangan bahasa, *Kamu Besar Bahasa Indonesia*.

Qur'an terjemah (Semarang: PT. Karya Toha Putra)

Rambat Lupiyoadi Dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009),

Sembiring, InkaJanita, Dkk. *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah* Vol. 15 No. oktober 2014

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung :Alfabeta, 2016).

Sugiyono, *Metodologi Penulisan Pendidikan (pendekatan kualitatif ,kuantitatif dan R&D)* (Bandung : Alfa Beta, 2012),

Teuku Edyansyah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Tbk*, (skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh Aceh Utara, 2014).

Tri Astuti, *Pengaruh Nasabah Tentang, Tingkat Suku Bunga, Pronosi Dan Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah*, ( Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2013).

V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta :Pustaka Baru Press ,2015),

Veny Oktavianti, *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Persyaratan Kredit Terhadap Akses Kredit Formal Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Surabaya*, (Skripsi, Fakultas Teknologi Industri) hlm 16

Wawancara Agus Suwandi (*Relationship Manager Marketing Funding, BTM Amanah Bina insan, Banunrejo, Lampung Tengah*), 13 september.

Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015).

[www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

